



**ANALISIS PEMASARAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
RUMPUT LAUT (*Eucheuma cottonii*) DI DESA TANJUNG
KECAMATAN SARONGGI KABUPATEN SUMENEP**

SKRIPSI

Oleh:

**Andini Nur Wulandari
NIM 121510601018**

**PROGAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2016**



**ANALISIS PEMASARAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
RUMPUT LAUT (*Eucheuma cottonii*) DI DESA TANJUNG
KECAMATAN SARONGGI KABUPATEN SUMENEP**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan
Program Strata Satu pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Jember

Oleh:

**Andini Nur Wulandari
NIM 121510601018**

**PROGAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2016**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sugiarto dan Ibu Juma'ani, terima kasih banyak atas kasih sayang, nasehat yang diberikan, doa, serta motivasi selama ini.
2. Adik-adik saya yang tersayang Imelda Dwi Sartika, Firmansyah Ramadhan, Kakak Iklan ismail terima kasih telah memberikan semangat dan menemaniku setiap saat serta teman-teman Agribisnis angkatan 2012. Terimakasih atas dukungan, saran, do'a, dan selalu memberikan semangat.
3. Guru-guru SD Bringsang 1, SMPN 2 Saronggi, SMA 2 SUMENEP dan semua Dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan pendidikan.
4. Almamater yang saya banggakan, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

MOTTO

“Kerja keras bukan untuk sukses tetapi untuk sebuah nilai”
(Albert Einstein)

*“Belajarlh dari masa lalu, hiduplah untuk masa depan, yang terpenting
adalah tidak berhenti bertanya”*
(Albert Einstein)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andini Nur Wulandari

NIM : 121510601018

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul **“Analisis Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Rumput Laut (*Eucheuma Cottonii*) Di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 15 Desember 2016

Yang menyatakan,

Andini Nur Wulandari
NIM 121510601018

SKRIPSI

**ANALISIS PEMASARAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
RUMPUT LAUT (*Eucheuma cottonii*) DI DESA TANJUNG
KECAMATAN SARONGGI KABUPATEN SUMENEP**

Oleh:

Andini Nur Wulandari
NIM 121510601018

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Ir. Imam Syafii, MS.
NIP. 195212181980021001

Dosen Pembimbing Anggota : Julian Adam Ridjal, SP., MP.
NIP. 198207102008121003

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Analisis Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Rumput Laut (*Eucheuma Cottonii*) Di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep**” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Pertanian pada :

Hari, tanggal : Kamis, 15 Desember 2016

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Dosen Pembimbing Utama,

Dosen Pembimbing Anggota,

Ir. Imam Syaffi, MS.
NIP. 195212181980021001

Julian Adam Ridjal, SP., MP.
NIP. 198207102008121003

Penguji 1,

Penguji 2,

Djoko Soejono, SP., MP.
NIP. 197001151997021002

Dra. Sofia, M. Hum.
NIP. 196111061987022001

Mengesahkan
Dekan,

Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph.D.
NIP. 19600506 198702 1 001

RINGKASAN

Analisis Pemasaran dan Strategi Pengembangan Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) Di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Andini Nur Wulandari, 121510601018. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Jember.

Rumput laut (*Eucheuma cottonii*) adalah sejenis ganggang atau alga yang berukuran besar dan memiliki berbagai macam bentuk dan warna yang beranekaragam. Tumbuhan laut ini tidak dapat dibedakan antara akar, daun, dan batang, sehingga seluruh tubuhnya disebut *thallus*. Rumput laut merupakan salah satu komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh banyaknya masyarakat yang membudidayakan rumput laut dikarenakan budidaya yang relatif mudah. Desa Tanjung merupakan salah satu sentra produksi rumput laut yang berada di Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Pemasaran rumput laut di Desa Tanjung yaitu melalui pedagang pengepul, selanjutnya dari pedagang pengepul akan dijual ke pedagang besar dan akan di jual ke pabrik yang berpusat di luar Madura.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii*) dengan menggunakan pendekatan SCP (*Structure, Conduct, Performance*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep (2) Strategi pengembangan rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Penelitian dilakukan di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep secara sengaja (*purposive methode*). Metode pengambilan contoh menggunakan metode *simple random sampling*, *snowball sampling*, dan *purposive sampling*. Metode Penelitian yang digunakan yaitu dengan metode deskriptif dan metode analitis. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) struktur pasar dianalisis dengan mengidentifikasi jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar, informasi pasar, dan konsentrasi rasio yang menunjukkan bahwa pemasaran di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep cenderung mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yang bersifat

oligopsoni. Kemudian untuk perilaku pasar mengidentifikasi dengan mengamati strategi penentuan harga dan kerjasama antar lembaga pemasaran menunjukkan bahwa penentuan harga di dominasi oleh pedagang sehingga petani rumput laut tidak bisa menentukan harga sedangkan jenis kerjasama yang terbentuk antar lembaga pemasaran yaitu melalui kerjasama dalam hal peminjaman modal, kerjasama dalam menyalurkan produk hingga sampai ke pabrik. Selanjutnya keragaan pasar dapat diketahui dengan menggunakan analisis margin dan efisiensi pemasaran yang menunjukkan bahwa saluran pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep sudah efisien, (2) Strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep memiliki beberapa faktor pendorong dan faktor penghambat. Faktor pendorong dengan nilai TNB tertinggi yaitu sebesar 1,31 adalah faktor D2 (ketersediaan sarana prasarana rumput laut), sedangkan untuk faktor penghambat nilai TNB tertinggi yaitu sebesar 1,21 adalah faktor H3 (terbatasnya modal milik sendiri). Strategi yang dapat digunakan untuk mendukung dalam pengembangan rumput laut yaitu dengan melakukan kerjasama antara petani dengan lembaga keuangan.

SUMMARY

Marketing Analysis and Development Strategy of Seaweed at Tanjung Saronggi Sumenep. Andini Nur Wulandari, 121510601018. Social Economics of Agriculture. Agribisnis. Faculty of Agriculture. University of Jember.

Seaweed (*Eucheuma cottoni*) is kind of huge algae and has various type and color. This kind of sea vegetation can be distinguished from its root, leaf and stem, therefore all its body is called thallus. Seaweed is one of the fishery commodities which has high economical value. It can be proven by the huge number of people who cultivate seaweed because of quite easy to do. Tanjung village is one main areas to produce seaweed which is in Saronggi regency, Sumenep region. The marketing of seaweed in Tanjung village is done via collectors, it is, then, selled to the trader and it will be selled to the huge company centered out of Madura Island.

This research aims to comprehend: (1) The marketing of seaweed (*Eucheuma cottonii*) with SCP approach in Tnjung village, Saronggi regency, Sumenep region (2) The developmental strategy of seaweed (*Eucheuma cottonii*) in Tnajung village, Saronggi regency, Sumenep region. This study is done in Tanjung village, Saronggi regency, Sumenep region using purposive method. Sampling method is conducted under simple random sampling, snowball sampling and purposive sampling. The metod of the study use descriptive and analytical method. Then, the research strategy employs primary data and secondary data.

The result of the study shows that (1) The marketing structure is analyzed with identifying the total of marketing organizations, diferentiation of the product, the obstruction in trading to the market, information of the market, and concentration of ratio. All those cases show that the marketing in Tanjung village, Sumenep regency, Sumenep region is in imperfect competition. Next, the market behavior, which is identifying with observing the strategy in determining the cost and its cooperation, is dominated by the collectorsand traders so that the farmer of seaweed cannot determine the cost by themselves. Meanwhile, the type of the cooperation of two organizations is done in the form of financial capital, cooperation in distributing the product to the company. Afterwards, the variation

of the market can be determined with using marginal analysis and marketing efficiency which show that the marketing access of the seaweed in Tanjung village, Saronngi regency, Sumenep region is efficient, (2) The developmental strategy of seaweed in this village has several supporting and inhibitor factors. The supporting factors with highest TNB value is 1,31 is D2 factor (infrastructure seaweed) which only needs 45 days for planting until harvesting phase. Meanwhile, for the inhibitor factor, the value of TNB attained 1,21 is H3 factor (less of capital). The strategy that can be used to support the development of seaweed that is by cooperation between farmers with financial institutions.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya Karya Ilmiah Tertulis yang berjudul “**Analisis Pemasaran dan Strategi Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep**” dapat diselesaikan. Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu, khususnya kepada:

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember yang telah memberikan bantuan perijinan dalam menyelesaikan karya ilmiah tertulis ini
2. Ketua Program Studi Agribisnis yang telah memberikan bantuan sarana dan prasarana dalam menyelesaikan karya ilmiah tertulis ini.
3. Ir. Imam Syafi'i, M.S selaku dosen pembimbing utama (DPU), Bapak Julian Adam Ridjal, SP., MP selaku dosen pembimbing anggota (DPA), Bapak Djoko Soejono, SP., MP. selaku dosen penguji 1 dan Ibu Dra. Sofia, M. Hum. Selaku dosen penguji 2 yang telah banyak memberikan bimbingan nasehat, dan motivasi dalam penyelesaian karya tulis ilmiah ini.
4. Dr. Ir. Sugeng Raharto., MS. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa membimbing, nasehat, dan arahan mulai dari awal perkuliahan hingga terselesaikannya karya tulis ilmiah ini.
5. Kedua orang tua, Bapak Sugiarto dan Ibu Juma'ani terimakasih atas segala kepercayaan, kesabaran, doa, kasih sayang serta dukungan yang telah diberikan tiada henti. Kedua adikku Imelda, Firmansyah atas doa dan memberikan semangat
6. Iklan Ismail terima kasih atas dukungan, doa, semangat dan kebersamaannya selama ini.
7. Sahabat-sahabatku Sajulaila Wahyuning Basuki, Desinta Eka P., Indri Nur F., dan Jenitra Milan P terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat dan waktu yang diberikan untuk mendengar keluh kesah selama ini.

8. Sahabat-sahabat seperjuangan, Istiqoma Novenda, Holifatul laili, Desy Qoraimah P., dan Nur Zafitri B., terimakasih atas dukungan, semangat yang telah kalian berikan dan kebersamaan selama ini.
9. Pihak Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Sumenep, Dosen Agribisnis Universitas Wiraraja, Badan Pusat Statistik (BPS) yang telah memberikan informasi dalam penelitian ini.

Penulis berharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca atas penyelesaian karya ilmiah tertulis dimana penulis menyadari terhadap banyak kekurangan. Semoga karya ilmiah tertulis ini dapat menambah ilmu yang bermanfaat bagi para pembaca dapat digunakan sebagai acuan bagi pembaca.

Jember, 15 Desember 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Komoditas Rumput Laut	11
2.3 Dasar Teori	13
2.3.1 Pasar dan Pemasaran	13
2.3.2 Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran	15
2.3.3 Efisiensi Pemasaran dan Margin Pemasaran	17
2.3.4 Analisis SCP (<i>Structure, Conduct, Performance</i>).....	18

2.3.5 Analisis FFA (<i>Force Field Analysis</i>)	25
2.4 Kerangka Pemikiran	29
2.5 Hipotesis	33
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Penentuan Daerah Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Metodologi Pengambilan Contoh	34
3.4 Metodologi Pengumpulan Data.....	37
3.5 Metodologi Analisis Data.....	37
3.6 Definisi Operasional	45
BAB 4. GAMBARAN DAERAH PENELITIAN	48
4.1 Keadaan Geografis.....	48
4.2 Keadaan Perikanan	48
4.3 Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk	49
4.3.1 Keadaan Penduduk Menurut Jenis Kelamin	49
4.3.2 Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	50
4.3.3 Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian	51
4.4 Karakteristik Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	52
4.5 Karakteristik Petani Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	56
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN	61
5.1 Pemasaran Rumput Laut (<i>Eucheuma cottonii</i>) dengan pendekatan SCP (<i>Structure, Conduct, Performance</i>) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	61
5.1.1 Struktur Pasar Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	61

5.1.2 Perilaku Pasar Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	74
5.1.3 Keragaan Pasar Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	77
5.2 Strategi Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	81
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN	97
6.1 Kesimpulan	97
6.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	102
KUISIONER	129
DOKUMENTASI	141

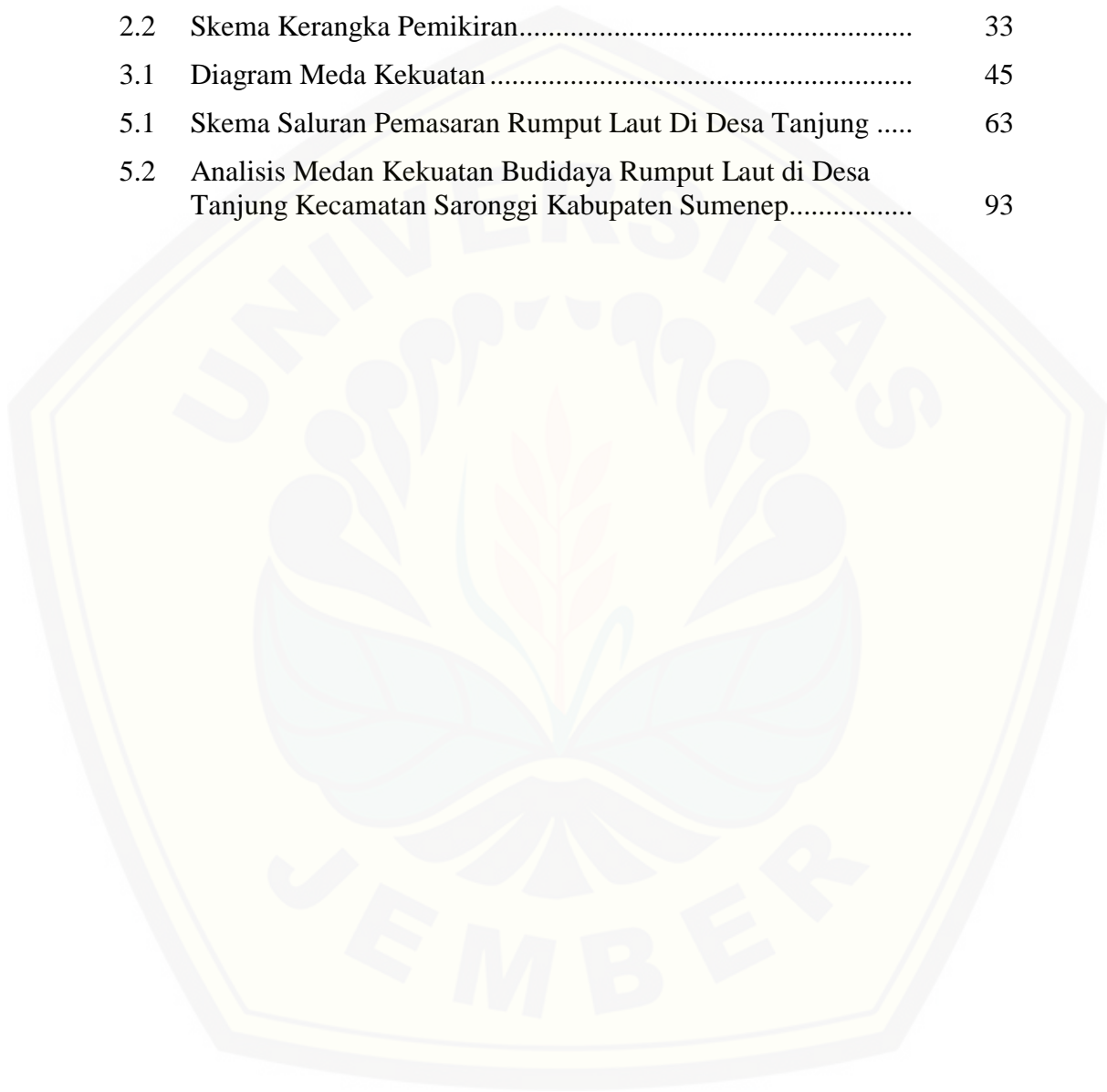
DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Produksi Perikanan Indonesia menurut Budidaya Komoditas Tahun 2011-2014 per ton	3
1.2 Produksi Rumput Laut di Indonesia tahun 2009-2013 per ton	4
1.3 Produksi Rumput Laut di Jawa Timur Tahun 2014 per ton...	5
1.4 Produksi Rumput Laut di Kabupaten Sumenep tahun 2015 per ton	5
3.1 Jumlah petani pembudidaya rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	35
3.2 Sampel untuk Strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	36
3.3 Perhitungan Pangsa Pasar	38
4.1 Perkembangan Perekonomian Desa Tanjung Tahun 2011- 2014	49
4.2 Jumlah Penduduk di Desa Tanjung Tahun 2014	49
4.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur Tahun 2014.....	50
4.4 Jumlah Sekolah menurut Jenjang Pendidikan Tahun 2014 ...	51
4.5 Jumlah Penduduk Desa Tanjung Menurut Mata Pencarian Tahun 2014.....	51
4.6 Umur petani rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	57
4.7 Tingkat pendidikan formal petani rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	58
4.8 Jumlah Anggota Keluarga Petani Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	59
4.9 Luas Rakit Petani Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep tahun 2016	59
5.1 Jumlah sampel lembaga pemasaran rumput laut di Desa Tanjung tahun 2016	62
5.2 Fungsi Pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran	67

5.3	Perbandingan Hasil Analisis Derajat Konsentrasi Pasar pada Pemasaran Rumput Laut Di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	72
5.4	Analisis market <i>share</i> , dan distribusi margin pemasaran rumput laut pada saluran pemasaran.....	78
5.5	Efisiensi Pemasaran Rumput Laut Di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	80
5.6	Identifikasi Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Tanjung Kabupaten Sumenep.....	82
5.7	Rata-rata Faktor pendorong dan faktor penghambat pengembangan rumput laut di Desa Tanjung	91
5.8	Rata-rata Faktor pendorong dan faktor penghambat pengembangan rumput laut di Desa Tanjung	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Diagram Meda Kekuatan	29
2.2 Skema Kerangka Pemikiran.....	33
3.1 Diagram Meda Kekuatan	45
5.1 Skema Saluran Pemasaran Rumput Laut Di Desa Tanjung	63
5.2 Analisis Medan Kekuatan Budidaya Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.....	93



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Daftar identitas petani rumput laut (<i>Eucheuma cottonii</i>) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	102
2. Pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	105
3.1 Daftar identitas pedagang pengepul pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep ..	108
3.2 Pemasaran pedagang pengepul pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	108
3.3 Biaya pemasaran pedagang pengepul pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep pola saluran pemasaran (petani-pedagang pengepul-pedagang besar-pabrik).....	109
4.1 Daftar identitas pedagang besar pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	109
4.2 Pemasarn pedagang besar pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	110
4.3 Biaya pemasaran pedagang besar pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep pola saluran pemasaran (petani-pedagang pengepul-pedagang besar-pabrik).....	110
5. Fungsi pemasaran yang dilakukan pemasaran pada pola saluran pemasaran rumput laut	111
6.1 Nilai <i>market share</i> dan distribusi margin pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep ..	112
6.2 Analisis nilai <i>share</i> , distribusi margin, dan margin pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep pola saluran pemasaran (Petani-Pedagang Pengepul-Pedagang Besar-Pabrik)	113
7.1 Analisis konsentrasi pasar petani rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	115
7.2 Analisis konsentrasi pasar pedagang pengepul rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	115
7.3 Analisis konsentrasi pasar pedagang besar rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep	115
8. Analisis <i>minimum efficiency scale</i> (MES).....	117

9.	Identifikasi faktor pendorong dan faktor penghambat rumput laut di desa tanjung kecamatan tanjung kabupaten sumenep	118
10.	Komparasi nilai faktor pendorong dan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa tanjung kecamatan saronggi kabupaten sumenep berdasarkan responden 1	119
10.1	Komparasi nilai faktor pendorong dengan faktor pendorong pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	119
10.2	Komparasi nilai faktor penghambat dengan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	119
10.3	Evaluasi faktor pendorong dan penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep (responden 1)	120
11.	Komparasi nilai faktor pendorong dan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep berdasarkan responden 2.....	121
11.1	Komparasi nilai faktor pendorong dengan faktor pendorong pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	121
11.2	Komparasi nilai faktor penghambat dengan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	121
11.3	Evaluasi faktor pendorong dan penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep (responden 2)	122
12.	Komparasi nilai faktor pendorong dan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep berdasarkan responden 3.....	123
12.1	Komparasi nilai faktor pendorong dengan faktor pendorong pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	123
12.2	Komparasi nilai faktor penghambat dengan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	123
12.3	Evaluasi faktor pendorong dan penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep (responden 3).....	124
13.	Komparasi nilai faktor pendorong dan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan	125

	Saronggi kabupaten Sumenep berdasarkan responden 4.....	
13.1	Komparasi nilai faktor pendorong dengan faktor pendorong pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	125
13.2	Komparasi nilai faktor penghambat dengan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	125
13.4	Evaluasi faktor pendorong dan penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep (responden 4)	126
14.	Rata-rata komparasi nilai faktor pendorong dan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	127
14.1	Rata-rata komparasi nilai faktor pendorong dengan faktor pendorong pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	127
14.2	Rata-rata komparasi nilai faktor penghambat dengan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	127
14.3	Rata-rata evaluasi faktor pendorong dan penghambat pada pengembangan rumput laut di desa Tanjung kecamatan Saronggi kabupaten Sumenep	128

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara maritim terbesar di dunia. Total luas wilayah laut Indonesia 5,9 juta km², terdiri atas 3,2 juta km² perairan teritorial dan 2,7 km² perairan Zona Ekonomi Eksklusif (UNCLOS 1982), luas tersebut belum termasuk landas kontinen. Secara geografis Indonesia membentang dari 6⁰ LU sampai 11⁰ LS dan 92⁰ sampai 142⁰ BT terdiri dari pulau-pulau besar dan kecil yang jumlahnya kurang lebih 17.504 pulau. Tiga perempat wilayahnya adalah laut, dengan panjang garis pantai 95.161 km, terpanjang kedua setelah Kanada. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia. Jumlah pulau 17,504 menyimpan potensi sumberdaya perikanan yang cukup besar baik dari segi kuantitas. Letak geografis yang berada diantara Samudera Hindia dan Samudera Pasifik menjadikan Indonesia sebagai negara yang strategis dengan potensi subsektor perikanan yang cukup tinggi. Potensi perairan laut yang dimiliki Indonesia menjadikan sumberdaya laut sebagai salah satu sumber perekonomian yang sangat penting. Sumber daya yang melimpah menjadikan Indonesia memiliki keunggulan komparatif disektor kelautan dan perikanan (Lasabuda, 2013).

Sektor perikanan berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada di wilayah pesisir. Peranan sektor kelautan dan perikanan, meliputi sumberdaya perikanan laut, sumberdaya perikanan darat, pariwisata bahari, industri kelautan, teknologi penangkapan, teknologi budidaya, teknologi pengolahan, kelembagaan, kebijakan dan peraturan perundang-undangan tentang sektor kelautan dan perikanan. Daerah yang memiliki potensi hasil laut yang baik dapat bersaing dengan daerah lain dengan meningkatkan dan mengoptimalkan keunggulan komparatif daerah tersebut (Ngamel, 2013).

Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan KEPMEN KP Nomor 35/KEPMEN-KP/2013 mengenai penetapan kawasan minapolitan menjadi 179 Kabupaten Kota dengan 202 lokasi yang dibagi menjadi 145 Kawasan Minapolitan berbasis perikanan budidaya dan 57 Kawasan Minapolitan berbasis perikanan tangkap. Konsep minapolitan akan dilaksanakan

melalui pengembangan kawasan minapolitan di daerah-daerah potensial unggulan. Kawasan-kawasan minapolitan akan dikembangkan melalui pembinaan sentra produksi yang berbasis pada sumberdaya kelautan dan perikanan. Penggerak utama ekonomi dikawasan minapolitan dibidang minapolitan diperikanan budidaya adalah sentra produksi dan perdagangan perikanan dilahan-lahan budidaya produktif (KKP, 2013).

Minapolitan merupakan upaya percepatan pengembangan pembangunan kelautan dan perikanan disentra-sentra produksi perikanan yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Pengembangan minapolitan bertujuan untuk meningkatkan produksi perikanan, produktivitas usaha, dan meningkatkan kualitas produk kelautan dan perikanan, meningkatkan pendapatan nelayan, pembudidaya dan pengolahan ikan yang adil dan merata, serta mengembangkan kawasan minapolitan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi di daerah dan sentra-sentra produksi perikanan sebagai penggerak ekonomi (KKP, 2014).

Salah satu jenis budidaya dibidang perikanan budidaya yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan merupakan produk unggulan diwilayah perairan Indonesia yaitu komoditas rumput laut. Dengan adanya bahan baku yang berlimpah dan meningkatnya penggunaan lahan untuk menjadikan rumput laut sebagai komoditas unggulan. Rumput laut merupakan tumbuhan laut yang tidak dapat dibedakan antara akar, daun, dan batang, sehingga seluruh tubuhnya disebut *thallus*. Salah satu rumput laut yang dapat dimanfaatkan untuk bahan dasar produk industri adalah jenis ganggang merah, yaitu dari jenis *Eucheuma*, *Hypnea*, *Gracilaria*, *Gelidium*, *Sargassum* dan *Turbinaria* namun, hanya terdapat dua jenis ganggang merah yang dibudidayakan di Indonesia yaitu *Eucheuma* di pantai dan *Gracilaria* di tambak (Nugroho, 2015).

Potensi pengembangan rumput laut di Indonesia yang memiliki potensi sangat besar bagi pengembangan komoditi rumput laut, dimana kegiatan pengembangannya telah dilakukan diseluruh perairan Indonesia. Luas indiktif lahan yang dapat dimanfaatkan untuk budidaya rumput laut di Indonesia mencapai 769.452 ha. Dari jumlah itu, baru sekitar 50% atau seluas 384.733 ha yang secara

efektif dimanfaatkan, dan akan terus dimanfaatkan sehingga target produksi tahun 2014 sebesar 10 juta ton dapat dicapai (Kementerian Perdagangan, 2013).

Budidaya rumput laut dapat dikerjakan para petani rumput laut dengan cara memanfaatkan tenaga kerja keluarga maupun tenaga kerja luar. Produksi rumput laut saat ini memberikan kontribusi yang besar terhadap total produksi khususnya perikanan budidaya, dimana secara nasional produksi rumput laut sebesar 70,47% terhadap perikanan budidaya. Kemudian peluang pasar yang masih terbuka lebar untuk bahan industri seperti makanan, agar-agar, kosmetik, dan lain sebagainya (KKP, 2013). Adapun produksi perikanan tertinggi pada komoditas utama yang dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Produksi Perikanan Indonesia menurut Budidaya Per Komoditas Tahun 2011-2014 dalam ton.

No	Rincian	Produksi (ton)			
		2011	2012	2013	2014
1.	Udang	372,577.00	415,703.00	642,568.39	592,218.88
	- windu	126,157.00	117,888.00	178,582.60	126,595.08
	- vaname	246,420.00	251,763.00	390,278.50	411,729.06
	-udang lainnya	-	46,052.00	73,707.29	53,894.74
2.	Rumput Laut	5,170,201.00	6,514,854.00	9,298,473.87	10,234,357.17
3.	Nila	567,078.00	695,063.00	914,778.09	912,613.29
4.	Patin	229,267.00	347,000.00	410,883.20	403,132.80
5.	Lele	337,577.00	441,217.00	543,774.05	613,119.77
6.	Mas	332,206.00	374,366.00	412,703.13	484,110.39
7.	Gurame	64,252.00	84,681.00	94,604.91	108,180.31
8.	Kakap	5,236.00	6,198.00	6,735.27	4,438.72
9.	Kerapu	10,580.00	11,950.00	18,864.09	12,430.08
10.	Bandeng	467,449.00	518,939.00	627,332.88	621,393.18
11.	Lainnya	372,540.00	265,561.00	421,000.00	535,354.57
	Jumlah	7,928,963.00	9,675,533.00	13,300,905.89	14,521,349.16

Sumber : Direktorat Jendral Perikanan Budidaya

Berdasarkan tabel 1.1 dapat di simpulkan bahwa produksi perikanan budidaya di Indonesia pada tahun 2011 hingga tahun 2014 mengalami fluktuasi tiap tahunnya. Kemudian untuk produksi perikanan budidaya yang memiliki

produksi paling tinggi yaitu produksi rumput laut yang setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup pesat dibandingkan dengan komoditas lainnya. Perikanan budidaya memiliki nilai ekonomis tinggi serta strategi pengembangan yang baik di Indonesia terutama komoditas rumput laut. Pada tahun 2014 produksi rumput laut sudah mencapai 10.234.357,17 ton. Apabila produksi rumput laut setiap tahun meningkat maka permintaan pasar akan bertambah (Nurdjana, 2010). Adapun perkembangan produksi rumput laut tiap provinsi tahun 2009-2013 dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2 Produksi Rumput laut di Indonesia tahun 2009-2013 dalam ton.

No.	Provinsi	Produksi Rumput laut (ton)				
		2009	2010	2011	2012	2013
1.	Jawa Timur	340.238	388.952	416.379	572.538	580.032,1
2.	Nusa Tenggara Barat	147.251	162.411	290.700	477.037	620.116
3.	Nusa Tenggara Timur	498.422	347.726	377.200	398.736	1.846.334
4.	Kalimantan Barat	21.000	101.000	138.000	196.000	227.000
5.	Kalimantan Timur	7.540	40.216	83.093	195.314	249.412
6.	Sulawesi Utara	7.933	43.656	98.838	159.099	164.021
7.	Sulawesi Tengah	713.562	728.279	758.910	911.590	1.285.811
8.	Sulawesi Selatan	774.026	1.245.771	1.506.440	2.104.446	2.422.154
9.	Sulawesi Tenggara	185.229	348.981	586.965	639.192	917.363
10.	Maluku	47.783	260.115	610.365	474.167	583.351
Jumlah		2.742.984	3.667.107	4.866.890	6.128.119	8.895.594,10

Sumber : Direktorat Jendral Perikanan Budidaya

Berdasarkan tabel 1.2 menyimpulkan bahwa potensi rumput laut di Indonesia bagus. Dapat dilihat pada produksi rumput laut dari tahun 2009-2013 mengalami peningkatan tiap tahunnya. Pada tahun 2013 volume produksi rumput laut tertinggi terdapat pada wilayah Sulawesi Selatan mencapai 2.422.154 ton/tahun, sedangkan untuk produksi rumput laut di Jawa Timur menduduki posisi ke-6 di Indonesia. Produksi rumput laut di Jawa Timur mencapai 580.032,1 ton dengan kualitas rumput laut yang baik. Permintaan pasar terhadap rumput laut saat ini relatif tinggi sehingga banyak wilayah yang membudidayakan rumput laut khususnya di Jawa Timur. Adapun data produksi rumput laut di Jawa Timur tahun 2013 disajikan dalam tabel 1.3

Tabel 1.3 Produksi rumput laut di Jawa Timur tahun 2013 dalam ton.

No.	Kabupaten	Produksi (ton)
1.	Sumenep	569.651,40
2.	Banyuwangi	9.140,90
3.	Pacitan	580
4.	Pamekasan	267,9
5.	Probolinggo	266,1
6.	Situbondo	82,8
7.	Bangkalan	43
Jumlah		580.032,10

Sumber : Direktorat Jendral Perikanan Budidaya 2013

Berdasarkan tabel 1.3 disimpulkan bahwa produksi rumput laut tertinggi di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2013 adalah Kabupaten Sumenep dengan produksinya sebesar 569.651,40 ton dibandingkan dengan kabupaten lainnya. Kabupaten selanjutnya yang memiliki produksi cukup tinggi yaitu Kabupaten Banyuwangi dengan jumlah produksi sebesar 9.140,90 ribu ton, Kabupaten Pacitan produksi rumput laut sebesar 580 ribu ton, Kabupaten Pamekasan sebesar 267,90 ribu ton, Kabupaten Probolinggo sebesar 266,10 ribu ton, Kabupaten Situbondo sebesar 82,80 dan Kabupaten Bangkalan dengan produksi sebesar 43,00 ribu ton. Adapun data produksi rumput laut di Kabupaten Sumenep pada tahun 2014 di lihat pada tabel 1.4.

Tabel 1.4 Produksi Rumput laut Kabupaten Sumenep Tahun 2014 dalam ton

No.	Kecamatan	Produksi (ton)
1.	Bluto	109.262,19
2.	Saronggi	120.355,18
3.	Giligenting	47.828,45
4.	Talango	45.521,87
5.	Ambunten	619,25
6.	Gapura	33.615,03
7.	Dungkek	46.268,76
8.	Ra'as	6.460,54
9.	Sapeken	156.285,99
10.	Arjasa	6.991,92
11.	Kangayan	10.487,87
Jumlah		583.697,05

Sumber : BPS 2015

Berdasarkan tabel 1.4 menunjukkan bahwa salah satu kecamatan dengan produksi rumput laut tertinggi di Kabupaten Sumenep pada tahun 2014 adalah Kecamatan Sapeken dengan produksi sebesar 156.285,99 ton dan diikuti oleh

Kecamatan Saronggi dengan produksi rumput laut mencapai 120.355,18 ton. Produksi rumput laut di Kecamatan Saronggi menduduki posisi kedua sebagai salah satu sentra rumput laut. Petani rumput laut yang berada di Kecamatan Saronggi juga tergolong banyak. Dengan jumlah keseluruhan produksi rumput laut di Kabupaten Sumenep yaitu mencapai 583.697,05 ton dari 11 Kecamatan yang membudidayakan rumput laut.

Berdasarkan Keputusan Kementerian Kelautan dan Perikanan Nomor 35/KEPMEN-KP/2013 tentang penetapan kawasan minapolitan untuk pengembangan perikanan berbasis perikanan budidaya di Jawa Timur. Penetapan Kabupaten Sumenep yaitu berada di Kecamatan Saronggi sebagai daerah kawasan minapolitan rumput laut diharapkan dapat mendukung tercapainya program pembangunan perikanan dan kelautan, dapat mendukung peningkatan produksi secara nasional. Salah satu wilayah di Kecamatan Saronggi yang mengembangkan rumput laut yaitu berada di Desa Tanjung. Kegiatan budidaya rumput laut masih tergolong sederhana dari proses penanaman hingga proses pemanenan. Desa Tanjung membudidayakan rumput laut dengan jenis (*Eucheuma cottonii*). Rumput laut dengan jenis *Eucheuma cottonii* ini memiliki permintaan yang cukup tinggi untuk bahan baku industri karena mengandung sumber keraginan yang cukup tinggi. Karagenan digunakan untuk pembentuk gel, bahan pengental, farmasi, kosmetik, tekstil dan lain-lain.

1.2 Rumusan Masalah

Budidaya rumput laut telah lama dilakukan oleh penduduk di Desa Tanjung, namun pemasaran rumput laut masih dihadapkan pada berbagai masalah lemahnya posisi tawar petani sehingga yang menentukan harga jual rumput laut yaitu ditentukan oleh pedagang. Perilaku pasar dapat menyebabkan kondisi pemasaran mengalami masalah, saat ini harga rumput laut *Eucheuma cottonii* di tingkat petani sering berfluktuasi yang disebabkan oleh naik turunnya nilai tukar rupiah terhadap dollar dimana harga rumput laut ditentukan secara searah disebabkan sistem informasi yang asimetris, sehingga menyebabkan kondisi yang tidak kondusif dalam pengembangan produksi rumput laut. Permintaan rumput

laut di Desa Tanjung lebih banyak menjual dalam bentuk kering kepada pedagang pengepul sedangkan rumput laut basah di Desa Tanjung permintaannya sedikit jika dilihat dari harganya keuntungan yang di dapatkan lebih besar dijual dalam bentuk basah. Fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana struktur, perilaku, dan keragaan pasar rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep?
2. Bagaimana strategi pengembangan rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui struktur, perilaku, dan keragaan pasar rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Sebagai masukan informasi untuk penelitian selanjutnya mengenai pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii*) dan strategi pengembangannya.
2. Sebagai acuan dalam penentuan kebijakan pemerintah tentang pengembangan rumput laut (*Eucheuma cottonii*) terutama pada subsistem pemasaran
3. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi petani rumput laut (*Eucheuma cottonii*) dalam meningkatkan produksi.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Rahanjani (2014) dalam penelitian yang berjudul Efisiensi pemasaran dan pendapatan usahatani rumput laut (*Eucheuma cottonii sp*) di Kabupaten Situbondo menyimpulkan bahwa terdapat 2 jenis saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani rumput laut (*Eucheuma cottonii sp.*) di Kabupaten Situbondo di Desa Pesisir Demung Kecamatan Besuki dan di Desa Pecinan Kecamatan Mangaran. Saluran pemasaran tersebut adalah saluran pemasaran tingkat satu dan tingkat dua. Saluran pemasaran tingkat satu (petani-pedagang pengepul-pabrik). Hal ini dikarenakan komoditas rumput laut dijual dari petani hingga pabrik hanya melalui satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul. Sedangkan saluran pemasaran tingkat dua (petani- tengkulak-pedagang pengepul-pabrik). Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar 19,50% dan saluran pemasaran II sebesar 23,21%, sehingga saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I. Hal ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran I cenderung lebih efisien dari pada saluran pemasaran II. Petani menjual hasil panen rumput laut kepada tengkulak dalam keadaan kering.

Hasil penelitian Harifuddin (2011) yang berjudul Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep menyimpulkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran yang berada di Desa Mandalle. Saluran pemasaran pertama melibatkan satu lembaga pemasaran yakni (Petani – Pedagang pengumpul - Eksportir). Pada saluran pemasaran kedua melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu (Petani–Pedagang pengumpul–Pedagang besar–Eksportir). Kemudian nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran yang pertama sebesar 2,3%. Kemudian untuk saluran pemasaran yang kedua sebesar 2,7% menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Jadi, jika dilihat dari perhitungan nilai efisiensi pemasaran pada kedua saluran pemasaran tersebut, maka saluran pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran pemasaran yang pertama (saluran pendek).

Hasil penelitian Hidayati (2000) yang berjudul Analisis Kinerja Sistem Pemasaran dan Lembaga Penunjang Pemasaran Kaitannya Dengan Pengembangan Produksi Rumput Laut di Kabupaten Lombok Timur menyimpulkan bahwa struktur pasar rumput laut di tingkat pedagang pengumpul I adalah oligopoli dengan konsentrasi pasar yang tinggi dan pedagang pengumpul II maupun eksportir struktur pasar rumput laut adalah monopoli, oleh karena itu pasar rumput laut mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna.

Hasil penelitian Hidayati (2009) yang berjudul Analisis Struktur, Perilaku, dan Keragaan Pasar Rumput Laut di Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar bahwa struktur pasar rumput laut ditingkat pedagang pengumpul, pedagang besar dan eksportir bersifat oligopsoni, dengan demikian akan muncul pedagang yang paling dominan dalam struktur pasar dan pedagang tersebut menjadi pedagang yang memiliki pangsa pasar terbesar sehingga pedagang tersebut sebagai penentu harga dan memiliki jalur distribusi yang kuat. Perilaku pasar dianalisis secara dekriptif untuk memperoleh informasi perilaku lembaga pemasaran yaitu dengan penentuan harga, sistem pembayaran, dan kerjasama antar lembaga pemasaran. Struktur dan perilaku pasar akan menentukan keragaan pasar rumput laut di Kecamatan Mangarabombang dianalisis dari beberapa indikator yaitu margin pemasaran yang digunakan untuk melihat efisiensi yang merupakan ukuran minimum biaya pemasaran.

Hasil penelitian Bhakti (2014) yang berjudul Analisis Kondisi Pemasaran Rumput Laut dengan Pendekatan SCP di Kabupaten Luwu menyimpulkan bahwa struktur pasar rumput laut di Kabupaten Luwu bersifat oligopsoni. Terdapat hambatan keluar masuk pasar dengan menggunakan analisis MES (*Minimum Efficiency Scale*) cukup kuat yang menunjukkan nilai MES lebih dari 10%. Kurangnya efisiensi struktur pasar di lokasi penelitian terlihat dari pengetahuan informasi yang sangat minim dan hanya terbatas pada informasi harga yang telah ditetapkan oleh pedagang. Hasil analisis pangsa pasar pada tingkatan pedagang pengumpul tergolong dalam pasar oligopsoni (banyak penjual sedikit pembeli), dimana terdapat empat pedagang pengumpul terbesar memiliki CR4 besar dari 60% dari CR total. Bentuk pasar rumput laut di Kabupaten Luwu termasuk pada

pasar persaingan tidak sempurna. Hal ini disebabkan karena petani rumput laut hanya sebagai penerima harga tanpa memiliki kekuatan tawar. Penentuan harga ditingkat pembudidaya lebih dikuasai oleh pedagang pengepul.

Hasil penelitian Putri (2014) yang berjudul Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Budidaya Rumput Laut di Pulau Pahawang Punduh Pidada Kabupaten Pesawaran menyimpulkan bahwa strategi prioritas tertinggi yang dapat digunakan dalam pengembangan dan keberlanjutan usaha budidaya rumput laut di Pulau Pahawang yaitu, 1) mengadakan pelatihan tentang budidaya rumput laut penanganan penyakit dan pengolahan produkturunan untuk meningkatkan keterampilan pembudidaya sehingga mampu berinovasi dalam menghasilkan produk untuk meningkatkan minat konsumen di dalam provinsi, 2) memanfaatkan lahan budidaya yang masih luas untuk menghasilkan rumput laut dalam jumlah besar agar mampu memperluas jaringan pemasaran, 3) menghasilkan rumput laut yang berkualitas dalam jumlah yang cukup besar sehingga mampu memperluas jaringan pemasaran rumput laut.

Menurut penelitian Rahanjani (2014) dan Harifuddin (2011) menyimpulkan bahwa saluran pemasaran pada tingkat satu meliputi (petani - pedagang pengepul - pabrik) melalui satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul. Sedangkan untuk saluran pemasaran tingkat dua meliputi (petani-pedagang pengepul-pedagang besar-pabrik) melalui dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul dan pedagang besar. Saluran pemasaran yang efisien terdapat pada saluran pemasaran tingkat satu (saluran pendek).

Menurut Hidayati (2000), Hidayati (2009), dan Bhakti (2014) menyimpulkan bahwa struktur pasar rumput laut mengarah pada persaingan pasar tidak sempurna. Terdapat hambatan keluar masuk pasar, informasi yang kurang mengenai rumput laut. Perilaku pasar dianalisis secara deskriptif yaitu penentuan harga dan kerjasama antar lembaga pemasaran. Keragaan pasar rumput laut dianalisis dari beberapa indikator meliputi margin pemasaran yang digunakan untuk melihat efisiensi yang merupakan ukuran minimum biaya pemasaran.

2.2 Komoditas Rumput Laut

Rumput laut merupakan bagian terbesar dari tumbuhan laut. Rumput laut terdiri atas tiga kelas yaitu *Chlorophyceae* (ganggang hijau), *Phaeophyceae* (ganggang coklat), dan *Rhodophyceae* (ganggang merah). Ketiga kelas ganggang tersebut merupakan sumber produk bahan alami hayati lautan yang potensial dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan mentah maupun bahan hasil olahan. Salah satu jenis rumput laut yang dibudidayakan dan mempunyai nilai ekonomis adalah *Eucheuma cottonii*. Secara taksonomi, jenis ini disebut dengan *Kappaphycus alvarezii*. Nama daerah “*cottonii*” umumnya lebih dikenal dan biasa dipakai dalam dunia perdagangan nasional maupun internasional. Secara taksonomi rumput laut jenis *Eucheuma cottonii* dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

<i>Kingdom</i>	: <i>Plantae</i>
<i>Divisio</i>	: <i>Rhodophyta</i>
<i>Kelas</i>	: <i>Rhodophyceae</i>
<i>Ordo</i>	: <i>Gigartinales</i>
<i>Famili</i>	: <i>Solieriaceae</i>
<i>Genus</i>	: <i>Eucheuma</i>
<i>Spesies</i>	: <i>Eucheuma cottonii</i>

Secara morfologi, permukaan kulit luar agak kasar karena mempunyai gerigi dan bintik-bintik kasar. *Eucheuma cottonii* memiliki permukaan licin, berwarna coklat tua, hijau coklat, hijau kuning, atau merah ungu. Tingginya dapat mencapai 30 cm. *Eucheuma cottonii* tumbuh melekat ke substrat dengan alat perekat berupa cakram. Rumput laut jenis *Eucheuma cottonii* merupakan salah satu *carragaenophytes*, yaitu rumput laut penghasil karaginan yang berupa senyawa polisakarida (Paranginangin, 2013).

Eucheuma cottonii dapat dibedakan dari *thallusnya*. Pada *Eucheuma cottonii*, *thallusnya* bercabang-cabang berbentuk silindris atau pipih, percabangannya tidak teratur dan kasur (sehingga merupakan lingkaran) karena ditumbuhi oleh nodulla atau *spine* untuk melindungi gametan. Ujungnya runcing atau tumpul berwarna coklat ungu atau hijau kuning. Spina *Eucheuma cottonii* tidak teratur menutupi *thallus* dan cabang-cabangnya. Permukaan licin,

cartilaginous, warna hijau, hijau kuning, abu-abu atau merah (Kementerian Perdagangan, 2013).

Rumput laut adalah sejenis ganggang atau alga yang berukuran besar dan memiliki berbagai macam bentuk dan warna yang beranekaragam. Rumput laut (*seaweeds*) tumbuh diperairan laut yang memiliki substrat keras dan kokoh yang berfungsi sebagai tempat melekat. Rumput laut hanya dapat hidup di perairan yang cukup mendapatkan cahaya agar dapat melakukan fotosintesis. Pada perairan yang jernih, rumput laut dapat tumbuh dan berkembang hingga kedalaman 20-30 meter. Unsur hara yang diperlukan oleh rumput laut diperoleh dari bahan-bahan yang terlarut di air laut. Jenis – jenis rumput laut yang terdapat di Indonesia adalah *Euchema*, *Hypnea*, *Gracilaria*, *Gelidium*, *Sargassum* dan *Turbanaria*. Jenis *Euchema* dan *Gracilaria* sudah dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Rumput laut menjadi komoditas ekspor yang sangat penting karena dimanfaatkan sebagai bahan dasar makanan yang bergizi tinggi serta bahan dasar obat-obatan dan kosmetik (Puspitaningsih, 2012).

Alga laut atau rumput laut tergolong dalam divisi *Thallophyta*. Sifat khas divisi ini adalah primitif, artinya badannya sedikit atau tidak terbagi-bagi dalam alat vegetatif seperti akar yang sebenarnya, ranting, atau cabang dan daun. *Thallophyta* (tumbuhan – tumbuhan bertalus) terdiri atas 4 kelas, yaitu alga hijau (*Chlorophyceae*), alga hijau cokelat (*Phaeophyceae*), alga merah (*Rhodophyceae*), dan alga hijau biru (*Myxophyceae*). Dari 4 alga tersebut, hanya 3 kelas yang merupakan golongan alga atau rumput laut ekonomis, yaitu alga hijau (*Chlorophyceae*), alga hijau cokelat (*Phaeophyceae*), alga merah (*Rhodophyceae*). (Kordi, 2010).

Rumput laut tumbuh dan tersebar hampir seluruh perairan Indonesia. Tumbuhan ini bernilai ekonomis penting karena penggunaannya sangat luas dalam bidang industri obat-obatan, bahan baku industri. Jenis-jenis yang bernilai ekonomis yaitu *Gracilaria*, *Gelidella*, *Gelidium* sebagai penghasil agar-agar *Euclidean*, *Hypnea* sebagai penghasil kerajinan (Indriani, 1999).

2.3 Dasar Teori

2.3.1 Pasar dan Pemasaran

Pasar berarti tempat pertemuan pembeli dan penjual untuk menukarkan barang-barang. Pemasar memandang penjual sebagai industri dan pembeli sebagai pasar. Tujuan pemasar adalah memahami kebutuhan dan keinginan suatu pasar tertentu dan memilih pasar yang paling dapat melayani dengan baik. Selanjutnya dapat mengembangkan produk dan jasa yang akan menciptakan nilai dan kepuasan bagi pelanggan dalam pasar tersebut, yang kemudian menghasilkan penjualan dan laba bagi perusahaan. Pemasaran berarti mengelola pasar untuk menghasilkan pertukaran dan hubungan, dengan tujuan menciptakan nilai dan memuaskan kebutuhan dan keinginan (Sunarto, 2004).

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, mata rantai yang menghubungkan arus barang dan arus uang. Faktor penting yang dapat mempertemukan produsen dan konsumen adalah harga yang terbentuk melalui interaksi antar keduanya. Pedoman bagi penjual dalam menentukan harga jual antara lain, biaya yang dikeluarkan, laba yang diinginkan sebagai sumber penghasilan bagi penjual, serta pertimbangan lain seperti keadaan pasar, peluang, persaingan, situasi sosial, ekonomi, politik dan sebagainya (Gilarso, 2004).

Pemasaran adalah orang-orang ataupun organisasi yang mempunyai kebutuhan akan produk yang kita pasarkan dan mereka memiliki daya beli yang cukup guna memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Selain itu, pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar (Gitasudarmo, 1994).

Pemasaran merupakan suatu sistem dari total kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Pemasaran juga dapat diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. (Abdullah, 2014).

Menurut Soetriono (2006), fungsi pemasaran dapat dikelompokkan menjadi pertukaran, fisik, dan fasilitas antara lain:

1. Fungsi pertukaran, yaitu semua tindakan untuk memperlancar pemindahan hak milik atas barang dan jasa. Fungsi pertukaran terdiri dari fungsi penjualan dan fungsi pembelian.
2. Fungsi fisik yaitu semua tindakan atau perlakuan terhadap barang sehingga memperoleh kegunaan tempat dan waktu. Fungsi fisik terdiri atas beberapa hal berikut:
 - a. Fungsi penyimpanan yang diperlukan untuk menyimpang barang selama waktu tertentu, sejak barang dihasilkan sampai dijual. Kadang-kadang perlu ada pengolahan lebih lanjut terhadap barang tersebut.
 - b. Fungsi pengangkutan adalah perencanaan, seleksi, dan penyerahan semua alat angkutan dalam proses pengangkutan selama pemasaran.
3. Fungsi fasilitas adalah semua tindakan untuk menunjang kelancaran pelaksanaan fungsi-fungsi pertukaran dan fisik disebut fungsi fasilitas yang terdiri atas beberapa fungsi berikut:
 - a. Fungsi standardisasi dan grading adalah suatu ukuran atau penentuan mutu barang yang terdiri atas jumlah perincian mengenai ukuran, warna, rupa, isi kimia, kekuatan bentuk, berat, isi bahan, kandungan air, kematangan rasa, atau kombinasi dari ukuran-ukuran tersebut.
 - b. Fungsi penanggungan resiko adalah segala akibat atau resiko yang ditimbulkan oleh adanya perubahan harga barang, kehilangan, kebakaran, dan lain-lain.
 - c. Fungsi pembiayaan adalah penanggungan modal selama barang dalam proses pemasaran untuk membantu pelaksanaan fungsi pertukaran dan fungsi fisik.
 - d. Fungsi tersebut meliputi fungsi pengumpulan dan penilaian fakta dan gejala sekitar lalu lintas barang dalam masyarakat mengenai harga, jumlah, kualitas suplai stock, dan permintaan konsumen yang berasal dari tiap tingkat pasar pada waktu dan tempat tertentu.

Menurut Firdaus (2007), sasaran akhir dalam setiap usaha dalam pemasaran adalah untuk menempatkan produk ke tangan konsumen. Terdapat sejumlah kegiatan pokok pemasaran yang perlu dilaksanakan untuk mencapai sasaran tersebut, yang dinyatakan sebagai fungsi-fungsi pemasaran. Dalam hal ini ada tiga fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran meliputi fungsi penjualan dan fungsi pembelian, fungsi fisis meliputi pengangkutan dan penyimpanan, fungsi penyediaan sarana meliputi informasi pasar, penanggungan resiko, pengumpulan, pembiayaan, standarisasi.

2.3.2 Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen melalui lembaga pemasaran. Peran lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik barang yang dipasarkan. Fungsi saluran pemasaran yaitu melihat dan membandingkan tingkat harga di masing-masing lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran itu sendiri adalah pedagang yang ikut menyampaikan barang dan jasa produsen ke konsumen melalui saluran pemasaran tertentu (Prasetyo, 2008).

Menurut Gitosudarmo (1994) bahwa saluran pemasaran atau sering disebut juga saluran distribusi merupakan sekelompok individu atau perusahaan yang mempunyai hak kepemilikan atas barang yang dipasarkan dan membantu dalam penyampaian hak kepemilikan barang atau jasa tersebut dari produsen kepada konsumen. Dalam kegiatan penyaluran barang atau jasa akan melewati berbagai rangkaian mata rantai saluran pemasaran ada yang panjang ada pula yang pendek. Adapun tingkatan mata rantai saluran pemasaran tersebut ada 4 yaitu:

1. Saluran tingkat nol (*Zero-level channel*)

Saluran tingkat nol lebih dikenal juga dengan sebutan saluran langsung. Dikatakan saluran langsung karena produsen langsung menjual barangnya kepada konsumen, jadi tidak menggunakan perantara sama sekali. Saluran ini dapat dilakukan dengan 3 cara:

- a. Produsen langsung menjual kerumah konsumen.
- b. Produsen menjual melalui pos (mail order).

c. Produsen menjual melalui toko miliknya perusahaan sendiri.

2. Saluran tingkat satu (*One-level channel*)

Saluran ini disebut saluran tingkat satu karena hanya ada satu lembaga perantara. Lembaga perantara untuk barang konsumen pada umumnya adalah pengecer, sedangkan untuk barang industri pada umumnya adalah agen penjualan atau broker. Contohnya, penjualan TV, koran.

3. Saluran tingkat dua (*Two-level channel*)

Saluran ini disebut saluran tingkat dua karena ada dua perantara. Untuk barang konsumen pada umumnya lembaga perantaranya adalah pedagang besar dan pengecer. Sedangkan untuk barang industri lembaga perantaranya adalah distributor dan dealer. Contohnya, penjualan sepeda motor.

4. Saluran tingkat banyak (*Multy-level channel*)

Saluran ini disebut saluran yang bertingkat banyak menggunakan perantara, biasanya di antara pedagang besar dan pengecer terdapat pedagang pengumpul yang terstruktur, dimana setiap perantara membawahi beberapa perantara. Oleh karena itu saluran pemasaran distribusi ini disebut *multi-level channel*. Bentuk ini terutama cocok untuk memasarkan atau menyalurkan barang konsumsi dan buka barang industri. Semakin panjang rantainya berarti semakin banyak persoalan yang timbul dalam strategi distribusi. Akan tetapi bentuk ini memiliki kebaikan yaitu dapat menjangkau daerah pasar yang sangat luas.

Menurut Nurmala *et al.* (2012), lembaga - lembaga yang terlibat dan berperan dalam subsistem pemasaran, antara lain:

1. Tengkulak, merupakan lembaga pemasaran yang beroperasi di desa-desa. Lembaga ini berperan langsung membantu petani dalam memasarkan usahatani. Tengkulak melakukan transaksi dengan petani secara tunai, ijon, maupun kontrol pembelian.
2. Pedagang pengumpul, yaitu lembaga pemasaran yang menampung hasil usaha tani dari tengkulak-tengkulak desa kemudian didistribusikan ke daerah-daerah lain, antar pulau atau ekspor ke mancanegara.
3. Pedagang eksportir, yaitu lembaga yang mengekspor hasil pertanian ke mancanegara.

4. Pedagang eceran, merupakan pedagang yang beroperasi di pasar-pasar desa, kecamatan, atau kabupaten dengan skala usaha yang kecil dan secara langsung melayani konsumen. Pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen.
5. Supermarket dan toko swalayan, merupakan lembaga pemasaran yang berada di kota besar yang melayani konsumen dengan pendapatan menengah ke atas.

2.3.3 Efisiensi Pemasaran dan Margin Pemasaran

Menurut Saliem dalam Maftuhah (2012) menyatakan bahwa Analisis margin pemasaran bertujuan untuk melihat efisiensi pemasaran yang diindikasikan oleh besarnya keuntungan yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran. Semakin tinggi proporsi harga yang diterima produsen, semakin efisien sistem pemasaran tersebut. Besarnya keuntungan yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran relatif terhadap harga yang dibayar konsumen dan atau relatif terhadap biaya pemasaran terkait dengan peran yang dilakukan oleh masing-masing pelaku.

Menurut Kuntadi (2007), bahwa efisiensi pemasaran dapat ditinjau dari keterlibatan lembaga pemasaran yang membentuk saluran pemasaran. Semakin banyak jumlah lembaga pemasaran yang terlibat maka akan memperpanjang saluran pemasaran dan menyebabkan saluran pemasaran menjadi semakin tidak efisien. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Pemasaran dikatakan efisien apabila nilai margin pemasaran semakin kecil.

Menurut Shepherd dalam Soekartawi (2002), bahwa efisiensi pemasaran merupakan nisbah antara total biaya dengan nilai produk yang dipasarkan dihitung dengan rumus:

$$EP_s = (TB/TNP) \times 100\%$$

Dimana:

EP_s = Efisiensi pemasaran

TB = Total biaya

TNP = Total nilai produk

Berdasarkan formulasi di atas dapat diartikan bahwa setiap penambahan biaya pemasaran akan menyebabkan adanya pemasaran yang tidak efisien. Sebaliknya jika nilai produk yang dijual semakin kecil, maka akan terjadi pemasaran yang tidak efisien.

Menurut Sudiyono (2002), Indikator yang digunakan untuk menentukan efisiensi pemasaran adalah margin pemasaran. Semakin besar nilai margin pemasaran semakin tidak efisien pemasaran tersebut. Pengertian yang pertama yaitu bahwa margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Pengertian yang kedua menyatakan bahwa margin pemasaran merupakan biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa pemasaran. Komponen margin pemasaran terdiri dari:

1. Biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran atau fungsional.
2. Keuntungan lembaga pemasaran. Apabila dalam pemasaran suatu produk pertanian terdapat lembaga pemasaran yang terkait dengan fungsi-fungsi pemasaran, maka perlu diketahui *share* keuntungan dan *share* biaya pada masing-masing lembaga pemasaran.

2.3.4 Analisis SCP (*Structure, Conduct, Performance*)

1. Struktur Pasar (*Market Structure*)

Pengukuran efisiensi pemasaran dengan menggunakan pendekatan SCP (*Structure, Conduct, Performance*) penekanannya lebih kepada aspek kesejahteraan masyarakat (petani dan lembaga pemasaran). Petani mengharapkan harga yang layak atas komoditasnya. Lembaga pemasaran mengharapkan keuntungan untuk itu harus mengeluarkan biaya, jika jumlah pembeli dan penjual seimbang terjadi diferensiasi produk para pelaku pasar bebas keluar masuk pasar harga yang dibentuk berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran, maka pemasaran dapat dikatakan efisien dan sebaliknya. Struktur pasar akan mempengaruhi perilaku pasar dalam pasar secara bersama-sama dan menentukan keragaan pasar secara keseluruhan. Menurut Yogi (2006), struktur pasar

merupakan semua ciri yang mempengaruhi perilaku dan operasi perusahaan menjual produksnya di pasar. struktur pasar dibagi atas persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli.

Struktur pasar mengacu pada lingkungan persaingan dimana pembeli dan penjual produk tersebut beroperasi. Struktur pasar dibagi menjadi empat jenis. Pasar persaingan sempurna pada kutub ekstrim yang satu, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli. Jenis-jenis struktur pasar didefinisikan berdasarkan jumlah serta ukuran pembeli dan penjual bagi produk tersebut, jenis produk yang dibeli dan dijual, hambatan keluar masuk pasar, tingkat pengetahuan tentang harga (Salvatore, 2003).

Struktur pasar ditentukan oleh jumlah dan ukuran perusahaan dalam pasar, diferensiasi produk, hambatan masuk pasar, dan pengetahuan tentang informasi pasar. Kekuatan membeli dan menjual dapat diketahui melalui jumlah perusahaan yang ada di dalam pasar atau struktur pasar merupakan karakteristik organisasi atau lembaga suatu pasar yang menggambarkan hubungan antara penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli yang terlibat dalam pemasaran suatu komoditas harus memahami struktur pasar agar perilaku pasar dapat bertindak secara efisien dalam pemasaran. Suatu perusahaan dapat memiliki kekuatan pasar apabila perusahaan tersebut dapat mempengaruhi harga yang diterimanya atau perusahaan tersebut bertindak sebagai *price maker* (Maulidah, 2010).

Struktur pasar memiliki penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan. Banyaknya perusahaan dalam industri, maka mudah tidaknya keluar atau masuk kedalam industri. Menurut Hariyati (2007), berdasarkan sifat dan bentuknya, pasar diklasifikasikan menjadi dua macam yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Analisis ekonomi membedakan struktur pasar menjadi 4 jenis yaitu :

1. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dan penawaran yang ditandai oleh jumlah konsumen dan produsen yang banyak dan tidak terbatas. Ciri – ciri pasar persaingan sempurna antara lain:

- a. Barang yang diperjualbelikan bersifat homogen (sama), produk yang dipasarkan produsen dipandang konsumen sebagai produk yang pada dasarnya sama dengan produk yang dijual produsen lain dalam pasar.
- b. Jumlah penjual dan pembeli banyak tidak ada campur tangan dari pemerintah karena harga ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran pasar.
- c. Informasi permintaan dan penawaran yang bebas dan lengkap tersedia dalam pasar yang bersaing sempurna. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan harga yang ketat antar produsen atau penjual. Pembeli dan penjual mempunyai informasi yang lengkap tentang pasar meliputi harga jumlah barang dan kualitas barang.
- d. Kebebasan untuk keluar masuk ke pasar, produsen tidak dibatasi untuk memasuki dan meninggalkan pasar.

Sementara itu, macam-macam pasar yang termasuk dalam pasar persaingan tidak sempurna digolongkan sebagai berikut:

1. Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah suatu bentuk pasar dimana terdapat satu perusahaan saja atau adanya seorang produsen tunggal dan perusahaan ini dapat menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti. Ciri-cirinya pada pasar monopoli antara lain:

- a. Terdapat satu penjual atau produsen yang menguasai penawaran atas barang dan jasa tertentu,
- b. Tidak mempunyai barang pengganti yang serupa
- c. Pasar atau bidang usaha tidak dapat dimasuki oleh pihak lain atau tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam pasar.
- d. Penentuan harga dilakukan oleh perusahaan dan dapat mempengaruhi harga.
- e. Pembeli akan selalu membutuhkan barang yang diproduksinya.
- f. Promosi dan iklan kurang dibutuhkan.

2. Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah pasar yang berada di antara dua jenis pasar yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Oleh sebab itu, sifat-sifatnya mengandung unsur-unsur sifat monopoli dan persaingan sempurna.

Pasar monopolistik didefinisikan sebagai suatu pasar di mana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak. Perbedaan antara kedua pasar tersebut adalah dalam pasar persaingan monopolistik, konsumen mengetahui perbedaan-perbedaan dari produk yang dihasilkan oleh produsen yang berbeda. Menurut Sukirno (2013), Ciri-ciri pasar monopolistik antara lain:

- a. Terdapat banyak penjual dan pembeli.
- b. Jumlah penjual dan pembeli pada pasar monopolistik tidak sebanyak seperti pada pasar persaingan sempurna.
- c. Perusahaan di pasar monopolistik memiliki ukuran yang relatif sama besarnya, hambatan untuk masuk dan keluar pasar yang relatif mudah. Hal ini dikarenakan jika perusahaan baru ingin masuk pasar, dibutuhkan modal yang lebih besar untuk menciptakan produk yang lebih baik dari pesaingnya, dan produk yang dihasilkan produsen dapat dibedakan.
- d. Sifat barang yang berbeda corak akan membuat produsen mampu mempengaruhi harga akan membuat konsumen dapat memilih produk seperti apa yang lebih disukai persaingan promosi penjualan.

3. Oligopoli

Oligopoli merupakan pasar yang terdiri hanya beberapa produsen atau sedikit penjual, masing-masing produsen memproduksi sebagian besar dari produksi total dalam pasar dan mengakibatkan kegiatan satu produsen besar pengaruhnya terhadap produsen lain. Sifat saling mempengaruhi merupakan sifat yang khusus dari perusahaan dalam pasar oligopoli, yang tidak terdapat pada bentuk pasar lainnya. Menurut Sukirno (2013), pasar oligopoli mempunyai beberapa ciri-ciri antara lain:

- a. Menghasilkan barang standar maupun barang berbeda corak.
- b. Hambatan masuk pasar yang cukup besar bagi produsen baru karena didominasi produsen lama.
- c. Kekuasaan menentukan harga adakalanya lemah dan sangat tangguh bergantung pada kerjasama diantara perusahaan-perusahaan dalam pasar.
- d. Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi iklan yang tujuannya untuk menarik pembeli baru dan mempertahankan pembeli lama.

4. Pasar Monopsoni

Pasar monopsoni digambarkan dengan keadaan pasar dimana hanya ada satu pembeli tunggal atas barang dan jasa dalam suatu pasar komoditas. Pasar monopsoni muncul karena adanya pengkhususan sumber yang digunakan oleh pemakai tertentu (Widjajanta, 2007). Ciri-ciri dari pasar monopsoni yaitu:

- a. Kualitas barang terjamin
- b. Harga produk yang tidak terlalu tinggi
- c. Produsen berada dipihak yang lemah
- d. Produk yang dianggap rendah mutunya tidak akan dibelu, sehingga produk yang gagal seringkali dibuang.

5. Pasar Oligopsoni

Menurut Widjajanta (2007), pasar oligopsoni merupakan suatu bentuk pasar yang dikuasai lebih dari dua orang pembeli dengan penawaran dan sejumlah penjual. Setiap pembeli memiliki peran yang cukup besar untuk mempengaruhi harga yang dibelinya. Dalam struktur pasar ini terdapat dua atau lebih pelaku usaha yang menguasai penerimaan pasikan atau menjadi pembeli tunggal dalam suatu pasar komoditas. Ciri-ciri pasar oligopsoni antara lain:

- a. Terdapat beberapa pembeli
- b. Pembeli bukan konsumen tapi pedagang/produsen
- c. Barang yang dijual merupakan barang mentah
- d. Harga cenderung stabil
- e. Kualitas barang kurang terpelihara

Terdapat elemen-elemen yang digunakan untuk menilai struktur pasar. Elemen-elemen tersebut yaitu pangsa pasar dan konsentrasi rasio adapun penjelasan beserta rumus sebagai berikut:

a. Pangsa Pasar

Setiap lembaga pemasaran memiliki pangsa pasarnya sendiri, besar pangsa pasar tersebut adalah berkisar antara 0-100% dari total penjualan seluruh pasar. Peranan pangsa pasar adalah sebagai sumber keuntungan bagi lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran dengan pangsa pasar lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya akan mendapatkan keuntungan dari penjualan produknya.

Hipotesa mengatakan adanya hubungan antara setiap pangsa pasar suatu lembaga pemasaran dengan tingkat keuntungan. Adapun rumus pangsa pasar sebagai berikut:

$$MS_i = \frac{S_i}{Stot} \times 100$$

Dimana MS_i adalah pangsa pasar perusahaan i (%), S_i merupakan kapasitas penjualan perusahaan i (rupiah), serta $Stot$ merupakan total penjualan seluruh perusahaan (rupiah). Pangsa pasar biasanya menunjukkan kekuatan pasar yang besar pula, dan sebaliknya pangsa pasar yang kecil berarti perusahaan memiliki pangsa pasar yang rendah yang nantinya akan tercipta persaingan pasar yang efektif.

b. Konsentrasi Pasar

Rasio konsentrasi merupakan data yang mengukur persentase pangsa pasar yang dipegang oleh (dikonsentrasikan dalam) empat (CR_4) atau delapan (CR_8) perusahaan terbesar dalam sebuah industri. Ketika rasio konsentrasi adalah rendah, industri cenderung terdiri dari banyak perusahaan dan persaingan cenderung tajam. Industri-industri dimana empat perusahaan terbesar memegang kurang dari 20% dari penjualan total industri ($CR_4 < 20\%$) merupakan industri yang bersaing dan mendekati model pasar persaingan sempurna. Sebaliknya ketika rasio tinggi, perusahaan-perusahaan yang terkemuka mendominasi perusahaan-perusahaan berikutnya dalam hal ukuran dan perusahaan yang terbesar tersebut kemungkinan memiliki lebih banyak potensi untuk keluwesan dalam penetapan harga dan laba ekonomi. Industri di empat perusahaan mengembalikan laba dari 80% dari penjualan total industri ($CR_4 < 80\%$) merupakan industri yang sangat terkonsentrasi dan struktur pasar industri tersebut cenderung ke arah monopoli (Pappas, 1995).

Ukuran relatif perusahaan digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan dalam pasar. Pangsa pasar relatif dari perusahaan pemimpin dalam pasar monopoli dan oligopoli cenderung lebih besar dibandingkan pasar persaingan monopolistik dan persaingan sempurna. Pangsa pasar perusahaan pemimpin dihitung dengan menggunakan data penjualan untuk 4 atau 8 perusahaan teratas

dalam pasar. Jika dalam suatu pasar, 4 perusahaan teratas menguasai kurang dari antara 25-30 persen dari total penjualan pasar, maka pasar termasuk pasar dengan tingkat persaingan tinggi. Jika dalam pasar dimana perusahaan pemimpin menguasai lebih besar dari 80 atau 90 persen dari total penjualan pasar, maka pasar termasuk ke dalam pasar dengan tingkat persaingan lemah dan biasanya sangat menguntungkan (Arsyad, 1996).

c. Hambatan untuk masuk pasar (*barrier to entry*)

Kondisi – kondisi ekonomi untuk memasuki pasar merupakan pokok analisa utama dalam mengidentifikasi hambatan keluar masuk pasar. Hambatan masuk pasar merupakan suatu hal yang memungkinkan terjadinya penurunan kesempatan atau cepat masuknya pesaing baru. Terdapat beberapa hal umum mengenai hambatan memasuki suatu pasar yaitu hambatan yang timbul dalam kondisi pasar yang mendasar, tidak hanya dalam bentuk perangkat legal ataupun dalam bentuk kondisi yang berubah dengan cepat. Selanjutnya hambatan yang terbagi dalam tingkatan mulai dari tanpa hambatan sama sekali, hambatan rendah, sedang, sampai tingkat dimana ada jalan masuk. Selain itu, hambatan-hambatan yang besar dapat memperkuat kekuatan suatu pasar perusahaan dominan, walaupun tidak menutup kemungkinan adanya perusahaan baru dan bisa saja langsung menguasai pasar. Alat ukur yang digunakan untuk mengetahui besar hambatan masuk pasar yaitu dengan cara menghitung *Minimum Efficiency Scale* (MES) (Jaya, 2008). Adapun rumus sebagai berikut:

$$MES = \frac{\text{Penjualan Pedagang Terbesar}}{\text{Output pasar}} \times 100\%$$

2. Perilaku Pasar

Menurut Purcell dalam Bhakti (2014), perilaku pasar merupakan tindakan dan kegiatan yang dilakukan perusahaan-perusahaan dalam kapasitasnya sebagai produsen atau penjual dan pembeli barang dan jasa. Kriteria untuk mengidentifikasi perilaku pasar adalah penetapan kebijakan harga, tingkat persaingan non-harga, kegiatan periklanan, dan kegiatan dalam mengubah pangsa pasar. Perilaku pasar menggambarkan tingkah laku kegiatan pembelian dan penjualan, penentuan harga, dan siasat pasar seperti potongan harga, perilaku curang dalam menimbang atau kolusi untuk mencapai tujuannya masing-masing.

Perilaku pasar dapat dianalisis dengan melihat perilaku partisipan, strategi yang dilakukan oleh pelaku baik secara individu maupun kelompok saling kompetitif.

Menurut Mahayana (2012), perilaku pasar dalam tataniaga rumput laut dapat dilihat dengan mengamati aktivitas penjualan dan pembelian antara petani pembudidaya hingga pabrik, sistem penentuan harga di masing-masing pelaku yang terlibat dalam aktivitas tataniaga, sistem pembayaran, dan kerjasama antar lembaga pemasaran. Analisis perilaku pemasaran dilakukan secara deskriptif. Menurut Jaya (2008), perilaku pasar dapat dinilai dengan mengidentifikasi beberapa elemen, antara lain strategi penetapan harga dan kerja sama antar lembaga.

3. Keragaan Pasar

Keragaan pasar adalah hasil keputusan yang diambil dalam hubungannya dengan proses tawar menawar dan persaingan pasar. Keragaan pasar ini dapat digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh struktur pasar dan tingkah laku pasar dalam proses pemasaran suatu komoditi pertanian. Keragaan ini secara praktis dapat dikatakan dengan melihat beberapa indikator efisiensi pemasaran, margin pemasaran, *share* keuntungan, dan *share* biaya (Sudiyono, 2002).

Kinerja pasar merupakan suatu kriteria untuk mengetahui seberapa jauh proses pemasaran berjalan dan sampai sejauh mana tujuan pemasaran tercapai dengan baik. Untuk mengetahui kinerja pasar ada beberapa kriteria yang digunakan antara lain: menghitung margin pemasaran, *share* harga, *share* keuntungan, *share* biaya antar lembaga pemasaran.

Raharto dan Hariyati (2007), menyatakan bahwa keragaan atau penampilan pasar dapat digunakan sebagai alat untuk menilai sejauh mana perilaku pasar dapat berkontribusi dalam mensejahterakan masyarakat. Indikator yang lazim digunakan sebagai tolak ukur dari analisis *market performance* adalah tingkat harga dan keuntungan pedagang perantara dalam memasarkan produk.

2.3.5 Analisis FFA (*Force Field Analysis*)

Menurut Sckhain (1988) dalam Sianipar dan Entang (2003), analisis medan kekuatan adalah suatu alat yang tepat digunakan dalam merencanakan

perubahan. Hanya organisasi yang mampu belajar dari pengalaman dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang tetap eksis, maju dan berkembang. Dalam menciptakan perubahan, terdapat dua hal yang perlu diperhatikan, yaitu faktor penghambat dan faktor pendorong. Tahapan-tahapan analisis FFA (*Force Field Analysis*), yaitu:

1. Identifikasi faktor pendorong dan faktor kekuatan

Faktor pendorong dan penghambat bersumber dari kondisi internal dan eksternal saluran pemasaran rumput laut. Identifikasi faktor pendorong merupakan perpaduan antara *strengths* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang), sedangkan faktor penghambat merupakan perpaduan antara *weakness* (kelemahan) dan *threats* (ancaman). Aspek yang dinilai menentukan faktor keberhasilan sebagai faktor kunci keberhasilan (FKK), maka perlu dilakukan penilaian terhadap setiap faktor yang teridentifikasi. Aspek yang dinilai dari setiap faktor adalah:

1. Urgensi atau bobot faktor dalam mencapai tujuan.
2. Dukungan atau kontribusi tiap faktor dalam mencapai tujuan.
3. Keterkaitan antar faktor dalam mencapai tujuan.

Penilaian terhadap faktor-faktor tersebut dilakukan secara kualitatif yang dikuantitatifkan melalui metode skala likert yaitu suatu penilaian dengan model rating scale yang selanjutnya disebut model skala nilai, kemudian dikonversikan dalam angka yaitu:

Sangat baik = 5, artinya nilai dukungan atau nilai keterkaitan sangat tinggi.

Baik = 4, artinya nilai dukungan atau nilai keterkaitan tinggi.

Cukup = 3, artinya nilai dukungan atau nilai keterkaitan cukup tinggi.

Kurang = 2, artinya nilai dukungan atau nilai keterkaitan kurang.

Sangat kurang = 1, artinya nilai dukungan atau nilai keterkaitan sangat kurang.

2. Penentuan Nilai Urgensi (NU) dan bobot faktor (BF)

- a. NU (Nilai Urgensi)

Nilai urgensi (NU) dilakukan dengan metode komparasi yakni dengan membandingkan mana yang paling urgen antara satu faktor dengan faktor yang lainnya. Penentuan skor diukur berdasarkan rentang nilai 1-5, dimana

semakin besar skor (skor 5), maka semakin besar urgensi peran faktor tersebut dalam pengembangan agribisnis perikanan laut dan sebaliknya.

b. BF (Bobot Faktor)

Penilaian BF (bobot faktor) dapat dinyatakan dalam bilangan desimal atau persentase. Rumus dalam menentukan BF sebagai berikut :

$$BF = \frac{NU}{TNU} \times 100\%$$

Keterangan :

NU = Nilai Urgensi

TNU = Total Nilai Urgensi

BF = Bobot faktor

c. Nilai Dukungan (ND)

Nilai ND (nilai dukungan) ditentukan dengan *brainstorming* melalui wawancara dengan responden yakni petani rumput laut. Nilai dukung (ND) juga melakukan dengan metode komparasi dengan membandingkan mana yang paling memberikan dukungan antara satu dengan yang lain. Penentuan skor di ukur berdasar tentang nilai 1-5. Setelah mengetahui ND tiap faktor dab BF seperti pada poin 1

d. Nilai Bobot Dukung (NBD)

Nilai NBD (nilai bobot hitungan) dapat dihitung dengan rumus :

$$NBD = ND \times BF$$

e. Nilai Keterkaitan (NK)

Nilai NK dilakukan melalui metode komparasi dengan membandingkan sejauh mana keterkaitan antara faktor pendorong dengan faktor penghambat. Penentuan skor berdasar rentan nilai 1-5. Apabila tidak memiliki keterkaitan diberi nilai 0 sedangkan faktor-faktor yang memiliki keterkaitan diberi nilai anatar 1-5.

f. Total Nilai Keterkaitan (TNK)

Total nilai keterkaitan ditentukan dari jumlah total nilai keterkaitan antara faktor pendorong dan penghambat dalam satu baris.

g. Nilai rata-rata keterkaitan (NRK)

NRK tiap faktor dapat ditentukan dengan memakai rumus :

$$NRK = \frac{TNK}{\sum n - 1}$$

Keterangan :

TNK = Total nilai keterkaitan suatu faktor

n = jumlah faktor pendorong dan penghambat yang di nilai

1 = Faktor yang tidak dapat dikaitkan dengan faktor yang sama

h. Nilai Bobot Keterkaitan (NBK), NBK tiap faktor dapat dihitung dengan memakai rumus :

$$NBK = NRK \times BF$$

Keterangan :

NRK = Nilai keterkaitan

NBK = Nilai bobot keterkaitan

BF = Bobot faktor

i. Penentuan total nilai bobot faktor (TNB), faktor kunci keberhasilan (FKK)

TNB tiap faktor dapat dihitung dengan memakai rumus:

$$TNB = NBD + NBK$$

Keterangan :

TNB = Total Nilai Bobot

NBD = Nilai Bobot Dukung

NBK = Nilai Bobot Keterkaitan

3. Faktor kunci keberhasilan dan diagram medan kekuatan

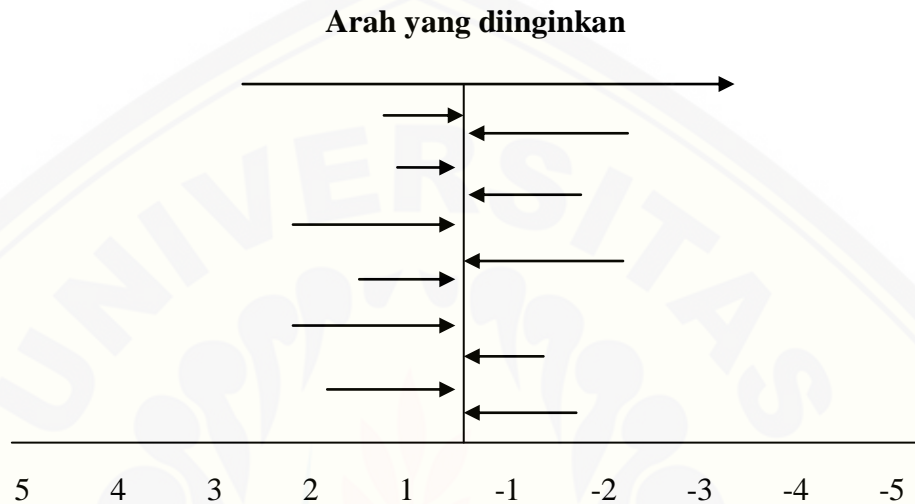
a. Penentuan faktor kunci keberhasilan (FKK)

Berdasarkan besarnya TNB pada tiap-tiap faktor maka dapat dipilih faktor yang memiliki TNB paling besar sebagai faktor kunci keberhasilan (FKK) yang dapat dijadikan sebagai penentu strategi atau solusi dari adanya faktor pendorong atau penghambat. Cara menentukan FKK adalah sebagai berikut:

1. Dipilih berdasarkan TNB yang terbesar
2. Jika TNB sama maka dipilih BF terbesar
3. Jika BF sama maka dipilih NBD terbesar

4. Jika NBD sama maka pilih NBK terbesar
 5. Jika NBK sama maka dipilih berdasarkan pengalaman dan rasionalitas.
- b. Diagram Medan Kekuatan

Berdasarkan besarnya TNB tiap faktor pendorong dan penghambat dapat divisualisasikan dalam suatu diagram yang bernama diagram medan kekuatan.



Gambar 2.1 Diagram Medan Kekuatan

4. Penyusunan Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan dari rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat diwujudkan apabila tahapan penilaian sudah dilewati sehingga berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui strategi pengembangan pada rumput laut. Penyusunan strategi pengembangan di sesuaikan dengan kenyataan pemasaran rumput laut di lapang tergambar dalam diagram medan kekuatan. Apabila telah diketahui faktor kunci pendorong tentu lebih mudah memproyeksikan tujuan yang rasional dan logis dicapai. Sementara untuk mencegah resiko kegagalan tentu disusun strategi meminimalisir atau menghilangkan faktor kunci penghambat.

2.4 Kerangka Pemikiran

Sektor perikanan meliputi semua kegiatan mulai dari penangkapan, pembenihan, dan budidaya segala jenis ikan dan biota air lainnya. Komoditas perikanan yang ada di Indonesia juga bermacam-macam antara lain ikan tuna, udang, kerang, cumi-cumi, rumput laut serta biota laut lainnya. Sektor perikanan

memberikan harapan untuk menjamin kelangsungan hidup masyarakat dalam berbagai usaha di bidang perikanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang berada di wilayah pesisir untuk mencapai tingkat kesejahteraan masyarakat yang lebih baik. Salah satu komoditas dibidang perikanan budidaya yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi yaitu rumput laut. Rumput laut adalah sejenis ganggang atau *algae* yang berukuran besar, memiliki berbagai macam bentuk dan warna yang beranekaragam. Rumput laut tidak memiliki akar, batang, dan daun sehingga seluruh tubuhnya disebut dengan *thallus*. Saat ini rumput laut tidak hanya dibudidayakan secara alami, namun dapat dibudidayakan lewat usahatani rumput dengan adanya permintaan rumput laut sebagai bahan baku makanan, kosmetik, obat-obatan dan industri lainnya. Kegiatan pembudidaya rumput laut sendiri masih menggunakan teknologi yang sederhana, siklus hidup yang relatif singkat sehingga membuat nelayan mencoba untuk membudidayakan rumput laut.

Desa Tanjung merupakan salah satu wilayah pesisir yang membudidayakan rumput laut di Kecamatan Saronggi. Budidaya rumput laut dapat meningkatkan produksi dan mendorong kegiatan pemasaran. Rumput laut yang di budidayakan dengan berbagai macam jenis dan bentuk yang beragam seperti *Eucheuma*, *Gracilaria*, *Gelidium*, *Sargassum*, dan *Turbanaria*. Namun, Desa Tanjung membudidayakan rumput laut jenis *Eucheuma* dikarenakan kualitasnya lebih bagus dibandingkan dengan jenis lainnya. Budidaya rumput laut yang berada di Desa Tanjung masih tergolong sederhana sehingga bisa dikuasai atau dilakukan oleh petani rumput laut lainnya. Pemanenan di lakukan pada saat umur rumput laut 40-45 hari. Selain itu, tenaga kerja juga dibutuhkan pada saat proses pemanenan berlangsung, rata-rata tenaga kerja berasal dari keluarga maupun anggota kelompok tani. Budidaya rumput laut merupakan budidaya yang sangat menguntungkan bagi masyarakat pesisir selain mencari ikan. Saat ini rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung mengalami kerusakan yang diakibatkan penyakit *ice-ice* yang ditandai dengan warna putih dan harus segera dipanen agar tidak menyebar pada rumput laut lainnya. Penyakit *ice-ice* dapat

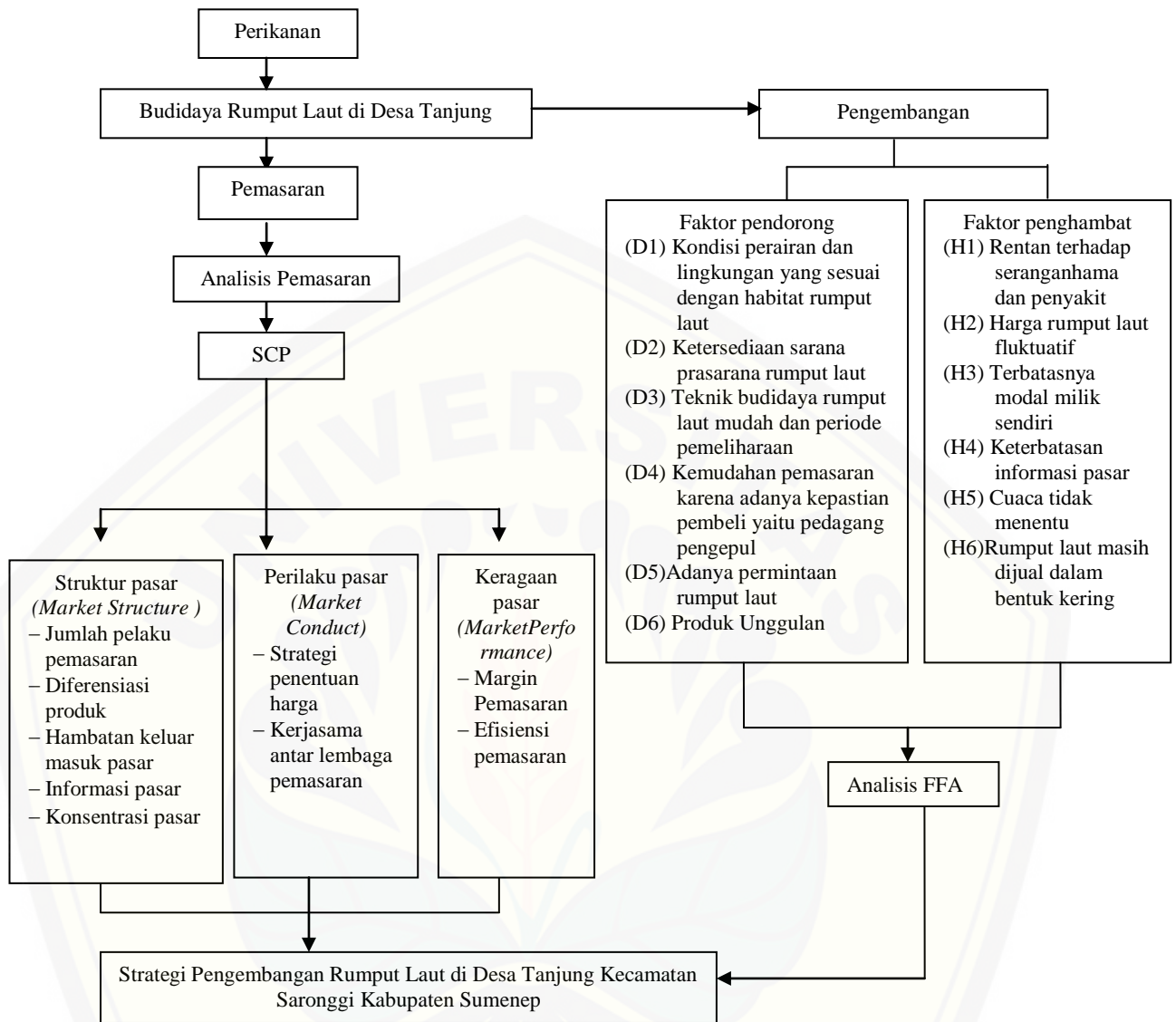
menyebabkan rumput laut tersebut ujung-ujungnya busuk, rusak dan produksinya menurun sehingga kualitas yang dihasilkan kurang bagus.

Petani rumput laut menjual hasil rumput laut dalam bentuk kering pada pedagang pengepul. Pemasaran yang terjadi di Desa Tanjung yaitu rumput laut yang sudah dijual pada pedagang pengepul akan dijual ke pedagang besar dan setelah itu pedagang besar akan mengirimkan rumput laut ke pabrik dengan kriteria yang telah ditentukan oleh pabrik. Dalam melakukan pemasaran rumput laut petani selalu lemah dalam menentukan harga rumput laut, dikarenakan harga ditetapkan oleh pedagang pengepul. Menurut Kuntadi (2007), semakin banyak jumlah lembaga pemasaran yang terlibat maka akan memperpanjang saluran pemasaran yang mengakibatkan saluran pemasaran menjadi tidak efisien. Biaya yang dikeluarkan semakin banyak karena terdapat beberapa lembaga pemasaran yang ikut serta dalam saluran pemasaran rumput laut tersebut. Lembaga pemasaran sangat berpengaruh terhadap keberhasilan produsen untuk mempermudah dalam menyalurkan produk tersebut. Efisiensi pemasaran sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang diperoleh oleh petani.

Efisiensi pemasaran seharusnya dapat meningkatkan keuntungan petani rumput laut, karena petani tidak ingin dirugikan. Pada saat melakukan kegiatan pemasaran rumput laut petani mempunyai posisi lemah dalam menentukan harga sehingga pemasaran tersebut kurang menguntungkan petani. Saat ini banyak permintaan pasar terhadap rumput laut sehingga petani rumput laut harus memiliki strategi pengembangan kedepannya agar rumput laut lebih berkembang dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Peran pemerintah juga berperan penting dalam menentukan suatu kebijakan mengenai rumput laut untuk kedepannya. Kemudian analisis struktur, perilaku, dan keragaan pasar merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui bagaimana kecenderungan pasar, perilaku pelaku pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran yang mempengaruhi kinerja pasar di Desa Tanjung. Struktur pasar dianalisis dengan mengidentifikasi jumlah pelaku pasar, diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar, bagaimana pengetahuan tentang informasi pasar rumput laut, serta konsentrasi rasio pasar tersebut termasuk dalam sistem persaingan sempurna atau tidak. Struktur pasar

rumput laut di Desa Tanjung mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna dikarenakan pemasaran rumput laut hanya terdapat beberapa pembeli, dimana masing-masing pembeli cukup besar untuk dapat mempengaruhi harga barang yang dibelinya.

Perilaku pasar diidentifikasi dengan mengamati bagaimana pola tingkah laku para pelaku pasar dalam melakukan pemasaran dalam struktur pasar yang ada. Dalam hal ini pelaku pemasaran perlu memahami proses barang sampai pada konsumen. Bagaimana pelaku pasar rumput laut tersebut dalam penentuan harga dan adakah kerjasama antar pelaku pasar tersebut. Keragaan pasar diukur dengan menggunakan analisis margin pemasaran, *market share*, dan efisiensi pemasaran. Keragaan pasar yang berada di Desa Tanjung adalah efisien dikarenakan adanya kerjasama antara lembaga pemasaran yang terkait dengan melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji mengenai pasar rumput laut dengan menggunakan pendekatan SCP (*Structure, Conduct, Performance*). Hasil dari analisis struktur, perilaku, dan keragaan pasar rumput laut dapat dijadikan suatu masukan agar terciptanya pasar yang efisien yang mampu memberikan keuntungan pada para pelaku pemasaran di Kabupaten Sumenep baik oleh petani, pedagang dan pabrik. Selain itu, strategi pengembangan rumput laut harus dikembangkan dan diharapkan mendapatkan keuntungan dengan adanya produksi yang tinggi. Dikarenakan rumput laut saat ini banyak diminati dan banyak permintaan pasar. Pemerintah juga berperan penting dalam menentukan suatu kebijakan mengenai rumput laut kedepannya. Strategi yang dibutuhkan untuk pengembangan rumput laut.



Gambar 2.1 Skema kerangka pemikiran

2.5 Hipotesis

1. Struktur pasar pada pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep mengarah pada sistem pasar persaingan tidak sempurna.
2. Keragaan pasar pada pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep adalah efisien.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Penentuan Daerah Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja yaitu *purposive methode*. Lokasi yang dipilih sebagai obyek penelitian adalah Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Dasar pertimbangan bahwa ditentukannya lokasi tersebut adalah : (1) Desa Tanjung merupakan salah satu sentra produksi rumput laut (*Eucheuma cottonii*) yang berada di Kecamatan Saronggi. (2) Rumput laut merupakan produk unggulan dari Kabupaten Sumenep. Selain itu pembudidaya rumput laut di Desa Tanjung tergolong banyak. (3) Kecamatan Saronggi merupakan kawasan minapolitan di Kabupaten Sumenep berdasarkan KEPMEN KP Nomor.35/KEPMEN-KP/2013 tentang Penetapan Kawasan Minapolitan berbasis Perikanan Budidaya dengan komoditas yang dikembangkan adalah rumput laut.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode analitis. Metode deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penelitian deskriptif berusaha mendeskripsikan apa yang ada seperti kondisi atau hubungan, proses yang sedang berlangsung, dan efek yang sedang terjadi. Data penelitian deskriptif biasanya dikumpulkan melalui survei angket, wawancara atau observasi. Metode analitis berfungsi menguji hipotesa-hipotesa dan mengadakan interpretasi terhadap hasil analisa (Nazir, 2003).

3.3 Metode Pengambilan Contoh

Pengambilan contoh dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan metode pengambilan sample secara acak dimana tiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih, dikarenakan anggota populasi homogen. Untuk

menentukan sample dengan populasi yang berjumlah 81 responden, menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% formulasi sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel petani rumput laut

N : jumlah populasi petani rumput laut

e : tingkat kesalahan yang ditolerir 10%

$$n = \frac{81}{1 + 81.(0.1)^2}$$

$$n = \frac{81}{1.81}$$

$$n = 45$$

Berdasarkan perhitungan rumus slovin, maka dapat diketahui besarnya sampel yang dapat di ambil sebanyak 45 orang petani rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dari jumlah populasi sebanyak 81 orang yang bergabung dengan kelompok tani. Terdapat empat kelompok tani dimana masing-masing kelompok tersebut diambil sampel melalui metode pengambilan sample yaitu *Proportionate random sampling*. Populasi ditentukan secara random yang akan di ambil sample tiap kelompok tani, mengingat terdapat empat kelompok tani rumput laut yang berbeda.

Tabel 3.1 Jumlah petani pembudidaya rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

Kelompok Tani	Jumlah Populasi	Jumlah Sample
Sekarwangi	17	9
Bunga Sumekar	15	8
Cinta Damai	30	17
Srikandi	19	11
Jumlah	81	45

Sumber : Data Primer Kelompok Tani Desa Tanjung

Berdasarkan tabel 3.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 45 sampel. Kelompok tani sekarwangi dengan sample 9 orang, kelompok tani Bunga Sumekar sebanyak 8 orang,

Kelompok tani Cinta Damai sebanyak 17 orang dan Kelompok Tani Srikandi dengan jumlah sample sebanyak 11 orang. Perhitungan yang digunakan pada sampel tersebut ditentukan dengan cara *Proporsionate random sampling*.

Penentuan sample untuk lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling* yaitu digunakan ketika peneliti tidak mengetahui mengenai jumlah populasi penelitiannya. Pengambilan contoh pada lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling* yaitu metode yang dimulai dari sejumlah petani sejumlah 45 orang yang akan memberitahukan pada siapa petani tersebut menjual hasil rumput lautnya. Kemudian dari sejumlah 5 pedagang pengepul akan memberitahukan kepada siapa rumput laut tersebut di jualnya, dan seterusnya. Dengan menggunakan metode *snowball sampling* dapat diketahui lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran rumput laut.

Untuk permasalahan mengenai strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep di lakukan dengan metode *purposive sampling* atau dilakukan secara sengaja. Pihak yang terlibat dan mengerti pada permasalahan yang terkait. *Expert* atau informan kunci yang terkait meliputi:

Tabel 3.2 Sampel untuk strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Sampel	Jumlah
1.	Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Sumenep	1
2.	UPT (Unit Penyelenggara Teknis)	1
3.	Ketua Kelompok Tani Sekarwangi	1
4.	Dosen Universitas Wiraraja	1
Jumlah		4

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Informan kunci yang digunakan untuk memperoleh informasi terkait strategi pengembangan rumput laut serta pihak yang terkait secara langsung dengan pemasaran di Desa Tanjung Kecamatan Kabupaten Sumenep yaitu Pak Joni (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Sumenep), Pak Nawawi (Unit Penyelenggara Teknis), Pak Surahmat (Ketua Kelompok Tani Sekarwangi), dan Pak Isdianto, SP., MP. (Dosen dari Universitas Wiraraja di Kabupaten Sumenep).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Metode wawancara berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan dalam bentuk kuisioner. Wawancara dilakukan kepada 45 petani rumput laut sebagai responden. Wawancara dilakukan satu persatu untuk mengetahui lebih mendalam kepada petani rumput laut di Desa Tanjung dengan mengajukan pertanyaan yang sesuai dengan kuisioner. Proses wawancara bertujuan untuk memperoleh keterangan atau data secara langsung dari petani rumput laut. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada DKP Kabupaten Sumenep, UPT, Dosen Universitas Wiraraja, dan ketua kelompok tani Sekarwangi di Desa Tanjung sebagai informan kunci yang mengetahui kondisi atau masalah terkait rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.
2. Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang terkait dengan penelitian. Metode dokumentasi yang digunakan berupa buku teori yang dijadikan landasan teori, dan instansi-instansi yang terkait dengan penelitian meliputi data BPS, data DKP Kabupaten Sumenep, dan lain-lain untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

Untuk menguji permasalahan pertama, mengenai struktur, perilaku, dan keragaan pasar di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Untuk struktur pasar di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep menggunakan metode deskriptif dari hasil wawancara mendalam dipandu dengan kuisioner. Metode deskriptif merupakan metode yang menekankan pada proses dengan melihat fakta, realita dan peristiwa yang terjadi. Hasil dalam penelitian ini akan diuraikan secara deskriptif untuk menggambarkan dan memaparkan mengenai struktur pasar rumput laut di Desa Tanjung di antaranya:

1. Jumlah pelaku pemasaran dalam saluran pemasaran yang menentukan tingkat persaingan dalam pasar. Struktur pasar akan diketahui dengan cara mengidentifikasi jumlah penjual dan pembeli dalam pasar.
2. Ada tidaknya diferensiasi produk dengan melihat apakah produk dalam pasar terdeferensiasi tau tidak.
3. Pengetahuan tentang informasi pasar dapat dilakukan dengan mengukur sejauh mana kemampuan pelaku pasar dalam memperoleh informasi pasar.

Identifikasi struktur pasar juga di analisis secara kuantitatif dengan mengetahui hambatan memasuki pasar dan menggunakan analisis rasio konsentrasi (*Cr*). Dengan mengidentifikasi hambatan keluar masuk pasar, maka akan diketahui struktur pasar yang terjadi di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Untuk mengetahui hambatan masuk pasar dilakukan dengan mengukur skala ekonomis melalui output lembaga pemasaran yang menguasai pasar lebih dari 50%. Nilai output penjualan pedagang tersebut kemudian dibagi dengan total penjualan rumput laut dalam pasar yang hasilnya disebut dengan *Minimum Efficiency Scale* :

$$MES = \frac{\text{Penjualan Pedagang Terbesar}}{\text{Output pasar}} \times 100\%$$

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Nilai *Minimum Efficiency Scale* (MES) > 10%, menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar tergolong sulit
2. Nilai *Minimum Efficiency Scale* (MES) < 10%, menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar tergolong mudah

Nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa tingkat hambatan masuk pasar pada lembaga pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep juga semakin sulit.

Analisis struktur pasar juga dapat dilihat dengan mengetahui konsentrasi rasio dalam pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Kosentrasi rasio adalah perbandingan antara volume yang dibeli oleh pedagang tertentu dengan volume yang diperdagangkan di pasar.

Tahapan untuk menganalisis struktur pasar dengan analisis konsentrasi pasar adalah sebagai berikut:

- a. Pangsa pasar, untuk mengetahui pangsa pasar dari lembaga pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat dianalisis dengan perhitungan sebagai berikut:

$$MS_i = \frac{S_i}{S_{tot}} \times 100\%$$

Keterangan :

MS_i : Pangsa pasar lembaga pemasaran ke-i (%)

S_i : Penjualan lembaga pemasaran ke-i (kg)

S_{tot} : Penjualan total seluruh lembaga pemasaran (kg)

Tabel 3.1 Perhitungan Pangsa Pasar

Pedagang rumput laut	Kapasitas produk yang dapat diserap dari suatu wilayah pasar	Pangsa Pasar (%)
1	A	a/x
2	b	b/x
3	c	c/x
4	d	d/x
⋮	⋮	⋮
N	N	ni/x
Total	$a + b + c + d + \dots + ni = x$	100

- b. CR_4 (*Concentration Ratio for The Biggest Four*), adalah penjumlahan pangsa pasar empat perusahaan terbesar dari suatu wilayah pasar. Formula yang digunakan untuk menghitung CR_4 dalam pemasaran rumput laut adalah:

$$CR_4 = S_1 + S_2 + S_3 + S_4$$

Keterangan:

CR_4 = *Concentration Ratio for The Biggest Four* (%)

S = Pangsa pasar dari produsen rumput laut

Kriteria pengambilan keputusan (Jaya, 2008):

- $CR_4 < 40\%$, maka struktur pasar merupakan pasar yang bersaing dan mengarah pada pasar persaingan sempurna
- $40\% \leq CR_4 \leq 60\%$, maka struktur pasar merupakan pasar yang bersaing dan mengarah pada pasar oligopoli longgar

- c. CR_4 60% - 100%, maka struktur pasar sangat terkonsentrasi dan mengarah pada pasar oligopoli ketat

Kemudian mengenai perilaku pasar dilakukan secara deskriptif dengan menjelaskan hasil identifikasi perilaku pelaku pasar pada komoditas rumput laut di Desa Tanjung. Perilaku pasar yang diidentifikasi dengan mengamati penentuan harga rumput laut dan kerjasama antar pelaku pemasaran yang terlibat dalam pasar rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Selanjutnya mengenai keragaan pasar atau kinerja pasar pada rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep yang dilihat melalui saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran dengan menggunakan metode deskriptif yaitu dengan survei lapang dan wawancara dengan responden. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran digunakan analisis sebagai berikut: Untuk menghitung margin pemasaran, digunakan rumus:

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana:

MP = Margin Pemasaran (Rp./Kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp./Kg)

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp./Kg)

Untuk menghitung *share* harga yang diterima petani, digunakan rumus:

$$SPf = Pf/Pr \times 100\%$$

Keterangan:

SPf : *Share* harga di tingkat petani (Rp./Kg)

Pf : Harga di tingkat petani (Rp./Kg)

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp./Kg)

Menghitung *share* pada margin pemasaran dalam melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j adalah:

Share Biaya:

$$SB_{ij} = [C_{ij}/(Pr-Pf)] \times 100\%$$

$$C_{ij} = H_{j_j} - H_{b_j} - \pi_{ij}$$

Share Keuntungan :

$$Sk_j = [\pi_{ij}/(Pr-Pf)] \times 100\%$$

$$\pi_{ij} = H_{j_j} - H_{b_j} - C_{ij}$$

Keterangan:

SB_{ij} : *Share* biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

C_{ij} : biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

Pr : harga di tingkat pengecer

Pf : harga di tingkat petani

H_{j_j} : harga jual rumput laut oleh lembaga pemasaran ke-j

H_{b_j} : harga beli rumput laut oleh lembaga pemasaran ke-j

π_{ij} : keuntungan lembaga pemasaran ke-j

Sk_j : *share* keuntungan lembaga pemasaran ke-j

Kriteria pengambilan keputusan:

- $S_{ki} > S_{bi}$, maka saluran pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep adalah menguntungkan.
- $S_{ki} < S_{bi}$, maka saluran pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep adalah tidak menguntungkan.

Menurut Shepherd dalam Soekartawi (2002), bahwa efisiensi pemasaran merupakan nisbah antara total biaya dengan nilai produk yang dipasarkan dihitung dengan rumus:

$$EP = (TB/TNP) \times 100\%$$

Dimana:

EP = Efisiensi pemasaran

TB = Total biaya

TNP = Total nilai produk

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika $EP \leq 50\%$, maka saluran pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep adalah efisien.

b. Jika $EP > 50\%$, maka saluran pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep adalah tidak efisien.

Untuk menguji permasalahan kedua, mengenai strategi pengembangan rumput laut (*Eucheuma cottonii* sp.) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dengan menggunakan analisis FFA (*Force Field Analysis*) atau medan kekuatan yaitu mengklasifikasikan faktor kekuatan dan peluang serta faktor kelemahan dan ancaman dengan memberikan nilai berdasarkan kondisi aktual. Kedua faktor akan menjadi kunci untuk menganalisis sejauh mana kita mampu mempengaruhi dan membawa perubahan ke situasi yang lebih baik. Analisis FFA (*Force Field Analysis*) merupakan suatu alat yang tepat digunakan untuk merencanakan perubahan (Sianipar dan Entang, 2008).

1. Identifikasi faktor pendorong dan faktor kekuatan
2. Penentuan Nilai Urgensi (NU) dan bobot faktor (BF)

a. Nilai Urgensi (NU)

Nilai urgensi (NU) dilakukan dengan metode komparasi yakni dengan membandingkan mana yang paling urgen antara satu faktor dengan faktor yang lainnya. Penentuan skor diukur berdasarkan rentang nilai 1-5, dimana semakin besar skor (skor 5), maka semakin besar urgensi peran faktor tersebut dalam pengembangan agribisnis perikanan laut dan sebaliknya.

b. Bobot Faktor (BF)

Penilaian BF (bobot faktor) dapat dinyatakan dalam bilangan desimal atau persentase. Rumus dalam menentukan BF sebagai berikut :

$$BF = \frac{NU}{TNU} \times 100\%$$

Keterangan :

NU = Nilai Urgensi

TNU = Total Nilai Urgensi

BF = Bobot faktor

c. Nilai Dukungan (ND)

Nilai ND (nilai dukungan) ditentukan dengan *brainstorming* melalui wawancara dengan responden yakni petani rumput laut. Nilai dukung (ND)

juga melakukan dengan metode komparasi dengan membandingkan mana yang paling memberikan dukungan antara satu dengan yang lain. Penentuan skor di ukur berdasar tentang nilai 1-5. Setelah mengetahui ND tiap faktor dan BF seperti pada poin 1

d. Nilai Bobot Dukungan (NBD)

Nilai NBD (nilai bobot dukungan) dapat dihitung dengan rumus :

$$NBD = ND \times BF$$

e. Nilai Keterkaitan (NK)

Nilai NK dilakukan melalui metode komparasi dengan membandingkan sejauh mana keterkaitan antara faktor pendorong dengan faktor penghambat. Penentuan skor berdasar rentan nilai 1-5. Apabila tidak memiliki keterkaitan diberi nilai 0 sedangkan faktor-faktor yang memiliki keterkaitan diberi nilai anatar 1-5.

f. Total Nilai Keterkaitan (TNK)

Total nilai keterkaitan ditentukan dari jumlah total nilai keterkaitan antara faktor pendorong dan penghambat dalam satu baris.

g. Nilai Rata-rata Keterkaitan (NRK)

NRK tiap faktor dapat ditentukan dengan memakai rumus :

$$NRK = \frac{TNK}{\sum n - 1}$$

Keterangan :

TNK = Total nilai keterkaitan suatu faktor

n = jumlah faktor pendorong dan penghambat yang di nilai

1 = Faktor yang tidak dapat dikaitkan dengan faktor yang sama

h. Nilai Bobot Keterkaitan (NBK), NBK tiap faktor dapat dihitung dengan memakai rumus :

$$NBK = NRK \times BF$$

NRK = Nilai keterkaitan

NBK = Nilai bobot keterkaitan

BF = Bobot faktor

- i. Total Nilai Bobot faktor (TNB), faktor kunci keberhasilan (FKK) TNB tiap faktor dapat dihitung dengan memakai rumus:

$$TNB = NBD + NBK$$

Keterangan :

TNB = Total Nilai Bobot

NBD = Nilai Bobot Dukung

NBK = Nilai Bobot Keterkaitan

- j. Faktor kunci keberhasilan dan diagram medan kekuatan

- k. Penentuan faktor kunci keberhasilan (FKK)

Faktor pendorong dan faktor penghambat yang teridentifikasi untuk mengetahui strategi pengembangan komoditas rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep meliputi :

Faktor Pendorong (D):

D1 = Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut

D2 = Ketersediaan sarana prasarana rumput laut

D3 = Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat

D4 = Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul

D5 = Adanya permintaan rumput laut

D6 = Produk unggulan

Faktor Penghambat (H):

H1 = Rentan terhadap serangan hama dan penyakit

H2 = Harga rumput laut fluktuatif

H3 = Terbatasnya modal milik sendiri

H4 = Keterbatasan informasi pasar

H5 = Cuaca yang tidak menentu

H6 = Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering

Berdasarkan besarnya TNB tiap-tiap faktor pendorong dan faktor penghambat dapat diketahui di dalam suatu diagram medan kekuatan yaitu strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

3. Diagram Medan Kekuatan

Berdasarkan besarnya TNB tiap faktor pendorong dan penghambat dapat divisualisasikan dalam suatu diagram yang bernama diagram medan kekuatan.



Gambar 3.1 Diagram Medan Kekuatan

4. Penyusunan Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan dapat diwujudkan apabila tahapan penilaian sudah dilakukan sehingga dapat diketahui strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung. Penyusunan strategi pengembangan disesuaikan dengan keadaan rumput laut. Apabila telah diketahui faktor kunci pendorong akan lebih logis yang ingin dicapai. Sedangkan untuk mencegah resiko kegagalan dapat disusun strategi meminimalisir faktor kunci penghambat.

3.6 Definisi Operasional

1. Rumput laut adalah komoditas perikanan budidaya yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Rumput laut merupakan alga yang berukuran besar yang memiliki berbagai bentuk dan warna yang beranekaragam.
2. Responden merupakan petani rumput laut (*Eucheuma cottonii sp.*) di Desa Tanjung dan lembaga pemasaran.
3. Metode analitis merupakan penelitian yang dilakukan untuk menguji hipotesis-hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih dalam.

4. *Purposive sampling* merupakan pengambilan contoh sampel yang ada di Desa Tanjung atau daerah penelitian secara sengaja berdasarkan pengetahuan keadaan populasi.
5. *Snowball sampling* merupakan metode yang digunakan ketika peneliti tidak mengetahui mengenai jumlah populasi penelitiannya.
6. *Simple random sampling* merupakan metode pengambilan contoh secara acak dimana tiap anggota populasi memiliki peluang yang sama.
7. Pemasaran merupakan kegiatan mendistribusikan hasil rumput laut (*Eucheuma cottonii*) dari petani sampai pada konsumen.
8. Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang melakukan kegiatan pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii sp.*) .
9. Saluran pemasaran adalah mata rantai pemasaran yang digunakan untuk menyalurkan komoditi dengan menyelenggarakan kegiatan pembelian, penjualan, pengangkutan serta fungsi-fungsi pemasaran lainnya.
10. Efisiensi pemasaran adalah analisis yang menyatakan seberapa efisien saluran pemasaran dalam menyalurkan komoditas rumput laut dari produsen ke konsumen serta hasil bagi total biaya pemasaran dengan total produk yang dipasarkan yang dinyatakan dalam (%).
11. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima petani produsen (Rp).
12. *Share* biaya yaitu biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran rumput laut (%)
13. *Share* keuntungan yaitu keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran serta diukur dalam satuan persen (%).
14. Struktur pasar adalah kondisi yang menggambarkan tingkat persaingan antar pelaku pemasaran dalam suatu pasar.
15. Perilaku pasar yaitu pola tingkah laku dari lembaga pemasaran rumput laut serta praktek penentuan harga rumput laut dan kerjasama antar pelaku pemasaran yang terlibat dalam pasar.
16. Keragaan pasar yaitu menunjukkan bagaimana tingkat efisiensi pemasaran pada rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

17. Konsentrasi pasar adalah pengukuran pangsa pasar dari lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran rumput laut.
18. Analisis FFA (*Force Field Analysis*) yaitu suatu alat analisis untuk merencanakan suatu perubahan yang terdiri dari faktor pendorong dan faktor penghambat.
19. Rakit merupakan tempat untuk membudidayakan rumput laut (*Eucheuma cottonii sp.*) di Desa Tanjung terbuat dari bambu.
20. Periode pemanenan rumput laut yaitu bulan mei sampai pada bulan juni dalam kurun waktu 45 hari.
21. FKK adalah nilai prioritas dari faktor pendorong dan faktor penghambat yang berpengaruh terhadap solusi dari pemasaran rumput laut di Desa Tanjung dalam mewujudkan strategi pengembangan.

BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) dengan pendekatan SCP (*Structure, Conduct, Performance*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Pengukuran efisiensi pemasaran dengan menggunakan pendekatan SCP (*Structure, Conduct, Performance*) penekanannya lebih kepada aspek kesejahteraan masyarakat (petani dan lembaga pemasaran). Petani mengharapkan harga yang layak yang tidak merugikan petani atas komoditas yang dihasilkannya. Sedangkan lembaga pemasaran mengharapkan keuntungan. Elemen struktur pasar meliputi jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar, informasi pasar, dan konsentrasi rasio. Elemen perilaku pasar dapat meliputi kolusi atau kerjasama lembaga pemasaran dan strategi penentuan harga. Elemen keragaan pasar meliputi efisiensi pemasaran, tingkat keuntungan, tingkat harga, dan margin pemasaran.

5.1.1 Struktur Pasar Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Untuk mengetahui struktur pasar pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif dengan melihat beberapa elemen struktur pasar, meliputi jumlah lembaga pemasaran yang terlibat, diferensiasi produk, serta pengetahuan mengenai informasi pasar yang terjadi. Selain itu struktur pasar di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep juga menganalisis secara kuantitatif menggunakan analisis MES (*Minimum Efficiency Scale*) untuk mengetahui hambatan masuk pasar dan analisis konsentrasi (Cr) untuk mengetahui konsentrasi pasar yaitu dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jumlah Lembaga Pemasaran Rumput Laut

Salah satu indikator untuk menilai konsentrasi pasar adalah dengan membandingkan jumlah produsen dengan jumlah pedagang yang terlibat dalam pemasaran suatu komoditas. Pemasaran merupakan suatu sistem yang dirancang untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa

tersebut. Selain itu, pemasaran juga disebut dengan proses akhir dari kegiatan usahatani dimana petani menjual hasil produksinya sampai pada konsumen. Kemudian untuk lembaga pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep terdapat perbedaan yaitu dari jumlah sampel dari setiap lembaga atau pelaku pemasaran pada saluran pemasaran rumput laut. Jumlah sampel lembaga pemasaran rumput laut pada tingkat petani di Desa Tanjung sampai pada pedagang besar di Kabupaten Sumenep dapat dilihat pada tabel 5.1.

Tabel 5.1 Jumlah sampel lembaga pemasaran rumput laut di Desa Tanjung tahun 2016

No.	Lembaga Pemasaran	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Petani Rumput Laut	45	83,33
2.	Pedagang Pengepul	5	9,26
3.	Pedagang Besar	4	7,41
Jumlah		54	100

Sumber : Data Primer tahun 2016

Berdasarkan tabel 5.1 lembaga pemasaran yang melakukan kegiatan jual beli rumput laut mulai dari tingkat petani rumput laut, pedagang pengepul, hingga pedagang besar. Jumlah petani rumput laut lebih banyak sejumlah 45 orang dari beberapa kelompok tani dengan persentase 83,33% dari total lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran rumput laut, persentase untuk pedagang pengepul hanya mencapai 9,26%, serta persentase untuk pedagang besar hanya mencapai 7,41%. Pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep produk yang dijual oleh petani adalah produk homogen. Petani hanya menjual hasil produksi rumput laut dalam bentuk kering kepada pedagang pengepul. Lembaga pemasaran lainnya yaitu pedagang pengepul 4 orang dan pedagang besar yang berjumlah 4 orang, sehingga jumlah semuanya yaitu 54 orang. Dengan demikian struktur pasar rumput laut yang terbentuk adalah pasar oligopsoni dikarenakan produk yang dihasilkan bersifat homogen, terdapat beberapa pembeli, pembeli bukan konsumen melainkan pedagang, maka struktur pasar yang terbentuk yaitu pasar persaingan tidak sempurna dikarenakan hanya ada beberapa lembaga pemasaran yang bertindak sebagai pembeli.

Proses pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang membentuk suatu saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang terbentuk menunjukkan adanya aliran tataniaga rumput laut dari tingkat petani sampai kepada pabrik. Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep hanya memiliki satu saluran pemasaran. Adapun skema saluran pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep sebagai berikut ini:



Gambar 5.1 Skema Saluran Pemasaran Rumput Laut Di Desa Tanjung

Berdasarkan skema saluran pemasaran pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa saluran pemasaran rumput laut yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep hanya memiliki satu saluran pemasaran. Pola saluran pemasaran di atas termasuk pada saluran pemasaran 2 tingkat. Saluran 2 tingkat karena melibatkan dua lembaga pemasaran dalam memasarkan rumput laut dalam bentuk kering dari tangan petani sampai pada konsumen konvensional/pabrik. Pabrik yang membeli rumput laut dalam bentuk kering berada di wilayah Jakarta dan Surabaya. Pabrik tersebut mengolah rumput laut dalam bentuk tepung. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran tersebut dimulai dari tingkat petani rumput laut, pedagang pengepul, pedagang besar dan pabrik. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, terdapat 45 petani rumput laut, 5 pedagang pengepul, dan 4 pedagang besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah petani selaku penjual lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pedagang pengepul.

Pada saluran pemasaran ini, petani rumput laut yang membudidayakan rumput laut serta mengelola kegiatan pemasaran secara individu. Dalam hal ini penentuan harga ditentukan oleh pedagang, sehingga petani rumput laut tidak bisa menetapkan harga sendiri. Petani rumput laut tidak dapat menjual hasil

produksinya langsung pada pabrik atau pedagang besar, namun petani hanya dapat menjualnya melalui jalur pedagang pengepul. Jumlah petani rumput laut yang berada di Desa Tanjung relatif lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pedagang pengepul. Pada umumnya pedagang pengepul yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi dapat dikatakan tidak ada persaingan. Masing-masing dari pedagang pengepul tersebut umumnya telah memiliki petani rumput laut langganan sehingga antar pedagang pengepul tidak harus saling bersaing untuk memperoleh pasokan rumput laut. Penentuan harga jual ditingkat petani biasanya dilakukan oleh pedagang pengepul. Biasanya penetapan harga yang ditentukan oleh pedagang pengepul telah disesuaikan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pedagang besar. Harga jual rumput laut dari petani ke pedagang pengepul adalah 8.280/Kg. Selanjutnya pedagang pengepul menjualnya ke pedagang besar dengan harga rata-rata 8.620/Kg. Pedagang pengepul mendapatkan atau mengumpulkan rumput laut hanya dilingkup petani yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Sedangkan pedagang besar menjual rumput laut ke luar daerah Madura.

Kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yaitu melaksanakan sejumlah fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran merupakan fungsi yang dilaksanakan oleh setiap komponen yang saling berinteraksi dalam sistem pemasaran. Tujuan dari fungsi pemasaran yaitu untuk memperlancar pendistribusian rumput laut dari lembaga pemasaran yang terlibat. Fungsi-fungsi pemasaran tersebut meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi penyediaan sarana/fasilitas. Lembaga pemasaran yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep melakukan fungsi-fungsi pemasaran tersebut, berikut merupakan fungsi-fungsi pemasaran dari tiap-tiap lembaga pemasaran:

a. Petani

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep meliputi fungsi pertukaran dan fungsi penyediaan sarana. Petani yang dijadikan sample dalam penelitian ini yaitu petani yang tergabung dalam empat kelompok tani yang berjumlah 45 orang. Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh petani rumput laut yaitu fungsi penjualan.

Penjualan hasil produksi rumput laut dilakukan langsung di rumah petani, pedagang pengepul mendatangi rumah petani untuk membeli hasil panen rumput laut dalam bentuk kering. Kemudian terdapat fungsi penyediaan sarana yang dilakukan oleh petani yaitu pembiayaan dan informasi pasar. Pembiayaan yang dilakukan petani biasanya yaitu menyediakan modal untuk kegiatan budidaya rumput laut selanjutnya. Petani yang menjual hasil produksi rumput laut kepada pedagang pengepul tidak dapat menentukan harga sendiri melainkan petani sebagai penerima harga. Selain itu, informasi pasar minim yang diperoleh oleh petani rumput laut, sehingga lemahnya posisi tawar petani.

b. Pedagang Pengepul

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengepul meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi penyediaan sarana. Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh pedagang pengepul yaitu fungsi pembelian dan penjualan. Pedagang pengepul di Desa Tanjung sejumlah 5 orang, pedagang membeli hasil panen rumput laut dalam bentuk kering kepada petani dengan cara mendatangi rumah petani. Sistem pembayaran yang dilakukan yaitu secara tunai. Selanjutnya pedagang pengepul melakukan penjualan rumput laut kepada pedagang besar yaitu menjual hasil panennya berkisar 1,5-2 ton sesuai dengan persediaan yang ada. Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang pengepul di Desa Tanjung yaitu fungsi pengangkutan. Pedagang pengepul melakukan pengangkutan apabila rumput laut kering telah dikemas. Pengemasan juga dilakukan oleh pedagang pengepul sehingga petani tidak mengeluarkan biaya untuk pengemasan karena di tanggung oleh pedagang pengepul.

Fungsi penyediaan sarana yang dilakukan oleh pedagang pengepul meliputi informasi pasar, penyediaan dana, pengumpulan. Informasi pasar yang dilakukan oleh pedagang pengepul yaitu untuk mengetahui harga yang ada di tingkat pedagang besar dan mencari petani yang sudah melakukan pemanenan rumput laut di Desa Tanjung. Fungsi pengumpulan dilakukan pedagang pengepul untuk mengumpulkan rumput laut kering sebelum dijual kepada pedagang besar. Fungsi pembiayaan dilakukan pedagang pengepul dengan cara pemberian pinjaman modal ke petani.

c. Pedagang Besar

Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang besar yaitu meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi penyediaan sarana. Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu fungsi penjualan dan fungsi pembelian. Pada fungsi penjualan, pedagang besar menjual ke pabrik, sedangkan untuk faktor pembelian, pedagang besar membeli dari pedagang pengepul yang sudah berlangganan. Pedagang besar merupakan lembaga pemasaran yang berperan penting dalam mendistribusikan rumput laut kering serta pihak yang paling banyak melakukan pembelian produk dari pada lembaga pemasaran lainnya.

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang besar meliputi fungsi pengangkutan dan fungsi pengemasan. Fungsi pengangkutan dilakukan oleh pedagang besar pada saat penjualan. Biasanya penjualan yang dilakukan menggunakan truck dengan muatan kisaran 16-22 ton. Sedangkan untuk fungsi pengemasan, pedagang besar melakukan pengemasan dengan cara dikemas dalam karung yang berukuran antara 60 kg karung rumput laut dalam bentuk kering. Fungsi penyimpanan bertujuan untuk mengumpulkan hasil rumput laut kering sebelum dikirim ke pabrik sehingga memenuhi kuota pengiriman.

Fungsi penyediaan sarana yang dilakukan oleh pedagang besar meliputi fungsi penyediaan dana, fungsi penanggungungan resiko, fungsi informasi pasar, standarisasi. Fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang besar mulai dari pengemasan, transportasi, bongkar muatan, ongkos timbang ditanggung oleh pedagang besar. Fungsi penanggungungan resiko yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu apabila terjadi resiko pada saat pengiriman ke pabrik, maupun terjadinya perubahan harga. Fungsi pengumpulan yang dilakukan dengan cara mengumpulkan rumput laut dari hasil pembelian sebelum dikirim ke pabrik. Informasi pasar yang di dapatkan yaitu dapat mengetahui harga rumput laut di pabrik dan pedagang besar lainnya dapat menginformasikan harga kepada pedagang pengepul serta standarisasi yang dilakukan pedagang besar sebelum dikirim ke pabrik dengan cara mengecek kadar air rumput laut

Berdasarkan indikator jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran rumput laut yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi

Kabupaten Sumenep merupakan struktur pasar persaingan tidak sempurna dengan bentuk pasar oligopsoni. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang harus dilalui. Pada dasarnya fungsi-fungsi pemasaran tidak hanya dibedakan menurut lembaga pemasaran namun juga dapat dianalisis berdasarkan saluran pemasarannya yang terbentuk dari pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep, dapat dilihat pada tabel 5.2 sebagai berikut:

Tabel 5.2 Fungsi Pemasaran yang dilakukan lembaga pemasar pada pola saluran pemasaran

Saluran Pemasaran dan lembaga pemasaran	Fungsi Pemasaran								
	Fungsi Tukar		Fungsi Fisik			Penyediaan sarana			
	Pb	Pj	Pg	Pny	Ip	Pr	Png	Pd	Std
Saluran Pemasaran									
Petani	-	√	-	-	√	-	-	√	-
Pedagang Pengepul	√	√	√	-	√	√	√	√	-
Pedagang Besar	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Pabrik	√	-	-	-	√	-	√	√	√

Sumber : Data primer diolah tahun 2016 (lampiran 5)

Keterangan:

Pb= Pembelian; Pj= Penjualan; Pg= Pengangkutan; Pny= Penyimpanan; Ip= Informasi Pasar; Pr= Penanggung Resiko; Png= Pengumpulan; Pd= Penyediaan dana; Std=standarisasi

Petani merupakan lembaga pemasaran yang melakukan sebagian kegiatan pada fungsi pemasaran. Petani pada saluran pemasaran melakukan fungsi pertukaran yaitu melalui fungsi penjualan dan tidak melakukan fungsi pengangkutan atau sebagainya dikarenakan fungsi pengangkutan menjadi tanggung jawab dari pedagang pengepul. Pedagang pengepul melakukan fungsi pertukaran yaitu fungsi penjualan dan fungsi pembelian, fungsi fisik yaitu pengangkutan serta fungsi penyediaan dana yaitu berupa informasi pasar, pengumpulan, dan penyediaan dana. Sedangkan untuk pedagang besar yang dilakukan dalam fungsi pemasaran yaitu fungsi penjualan, pembelian, pengangkutan, penyimpanan, informasi pasar, penanggung resiko, pengumpulan, penyediaan dana dan standarisasi. Standarisasi hanya dilakukan oleh pedagang besar yaitu dengan cara memberikan ketentuan syarat untuk

rumpun laut yang akan dijual. Hal tersebut menyebabkan bahwa pedagang besar berperan penting dalam sistem pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

b. Diferensiasi Produk

Petani rumput laut yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi membudidayakan rumput laut dengan jenis *Euclima cottonii*. Jenis rumput laut ini memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan mentah maupun bahan olahan. Produk yang dihasilkan yaitu bersifat homogen berupa rumput laut dalam bentuk kering. Rumput laut dengan jenis (*Euclima cottonii*) mempunyai penetapan kualitas dan syarat ekspor tertentu. Pedagang menyimpulkan bahwa rumput laut yang dijual oleh petani sama saja dengan petani lainnya hanya dibedakan menurut standar tertentu untuk membedakan harga.

Standar yang ditetapkan oleh pabrik sebagai syarat agar rumput laut dapat di ekspor yaitu mengenai kadar air pada rumput laut dalam bentuk kering dan kebersihan rumput laut tersebut. Biasanya pabrik menginginkan rumput laut yang berbentuk kering dengan kadar air berkisar antara 36-38% sesuai dengan permintaan oleh pabrik. Lembaga pemasaran yaitu pedagang besar menyebutkan bahwa kualitas rumput laut yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi lebih baik dibandingkan dengan rumput laut yang berada di Kabupaten Sumenep yang juga merupakan salah satu sentra budidaya rumput laut. Penjemuran rumput laut dilakukan kurang lebih selama 3 hari dengan cahaya matahari yang tetap. Selain persyaratan kadar air, pabrik juga menginginkan rumput laut dalam bentuk kering bebas dari kotoran seperti tali rafia sisa pengikat bibit yang menempel pada saat pemanenan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sifat produk pada pasar rumput laut bersifat homogen, dimana tidak terdapat diferensiasi produk dikarenakan rumput laut yang dijual dalam bentuk kering tidak adanya perlakuan khusus lain dan langsung dikirimkan kepada pedagang besar.

c. Hambatan Masuk Pasar

Hambatan masuk pasar merupakan indikator dari penentuan struktur pasar yang dihadapi oleh lembaga pemasaran di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Hambatan masuk pasar yang terjadi tergantung pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya. Kebebasan keluar masuk pasar ditentukan oleh tinggi rendahnya hambatan memasuki pasar. Tinggi rendahnya hambatan masuk pasar disebabkan oleh beberapa hal, antara lain yaitu besarnya modal yang harus dimiliki untuk memasuki pasar serta bertindak selaku pesaing serta hubungan diantara lembaga pemasaran. Dalam pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep, lembaga pemasaran memiliki peran cukup besar dalam memasarkan rumput laut dari petani sampai pada pabrik.

Analisis MES (*Minimum Efficiency Scale*) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui tingkat hambatan masuk pasar masing-masing lembaga pemasaran. Total *output* rumput laut lembaga pemasaran yang menjadi responden penelitian dalam pemasaran rumput laut di Desa Tanjung sejumlah 81.000 Kg. Hasil analisis MES (*Minimum Efficiency Scale*) pada tingkat pedagang pengepul sebesar 2,41% dengan penjualan terbesar oleh pedagang pengepul sejumlah 2.000 Kg. Hal ini menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar rumput laut di Desa Tanjung cukup mudah, karena nilai MES kurang dari 10%. Sehingga cukup mudah bagi pedagang pengepul baru untuk masuk ke dalam pasar tersebut,. Sementara itu, untuk menjadi pedagang pengepul relatif mudah, tetapi harus memiliki pengalaman dalam berinteraksi agar usaha tersebut dapat berjalan lancar dan modal usaha yang cukup untuk melakukan transaksi pembelian kepada petani. Antar pedagang pengepul tidak begitu terlihat hambatan yang cukup berarti. Masing-masing pedagang pengepul telah memiliki petani yang berlangganan. Kemudian hambatan keluar masuk pasar yang dihadapi pedagang pengepul diperlukannya hubungan yang kuat untuk membangun kepercayaan dengan lembaga pemasaran lainnya. harus memiliki keahlian untuk berinteraksi dengan lembaga pemasaran yang lainnya serta memiliki keterampilan dalam melihat peluang pasar.

Hasil analisis MES (*Minimum Efficiency Scale*) pada tingkat pedagang besar sebesar 27,16% dengan jumlah penjualan terbesar sejumlah 22.000 Kg. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar rumput laut cukup sulit, karena nilai MES lebih dari 10%. Hambatan yang dihadapi pedagang besar baru yang ingin memasuki pasar harus memiliki tingginya modal dan resiko penipuan yang harus ditanggung pedagang besar, terutama pedagang yang menjual rumput laut ke luar daerah karena penerapan sistem pembayaran. Hambatan masuk pasar cenderung tinggi disebabkan banyaknya pesaing yang telah memiliki pangsa pasar sendiri dan adanya persaingan harga.

Berdasarkan penjelasan di atas, struktur pasar pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep di tinjau dari kriteria hambatan keluar masuk pasar yang dihadapi oleh sebagian pedagang pengepul dan pedagang besar adalah modal usaha yang dimiliki, selain itu untuk pedagang besar memiliki hambatan keluar masuk pasar yang cukup sulit yaitu adanya banyak pesaing.

d. Informasi Pasar

Informasi pasar dalam sistem pemasaran yang terjadi di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep memiliki peranan yang penting dalam menunjang keberlangsungan aktivitas pemasaran. Informasi pasar yang diperlukan oleh lembaga pemasaran yaitu berupa penetapan harga, kondisi pasar saat ini, jenis, mutu rumput laut yang diinginkan, dan harga pasar. Harga rumput laut di Desa Tanjung tidak menentu bergantung pada kondisi pasar yang terjadi. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara di lapang, petani rumput laut dalam penentuan harga bertindak sebagai penerima harga dan petani tidak memiliki posisi tawar walaupun petani memiliki informasi mengenai rumput laut dari petani lain maupun pedagang pengepul. Selain itu, informasi pasar terkait perkembangan harga yang diperoleh antara lain dari pedagang pengepul yang bersumber dari pedagang besar.

Penerimaan rumput laut tidak hanya di dapat dari Desa Tanjung saja, melainkan banyak wilayah yang berada di Kabupaten Sumenep yang memasok hasil produksi rumput laut ke pedagang besar. Namun jika dilihat dari pedagang

pengepul sebagai pembeli rumput laut menunjukkan bahwa struktur pasar yang dihadapi cenderung mengarah pada struktur pasar tidak bersaing. Hal ini disebabkan karena dalam proses pembelian rumput laut kering, pedagang pengepul telah memiliki petani langganan yang memasok rumput laut tersebut. Kepercayaan yang diperoleh dari setiap lembaga pemasaran yang menjadikan proses penjualan dan pembelian dilakukan secara baik.

e. Analisis Konsentrasi Rasio

Konsentrasi rasio merupakan data yang mengukur persentase pangsa pasar yang dikonsentrasikan atau dipegang dalam empat (CR4) perusahaan terbesar dalam sebuah industri. Untuk mengetahui derajat konsentrasi pasar pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep, dilakukan dengan menggunakan pendekatan secara kuantitatif dengan cara menghitung pangsa pasar dan CR4 (*Concentration Ratio for The Biggest Four*). CR4 merupakan penjumlahan antara pangsa pasar empat perusahaan terbesar dari suatu wilayah pasar. Pangsa pasar merupakan bagian dari pasar yang dapat dicapai perusahaan. Pangsa pasar dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana keberhasilan produk yang dihasilkan dapat menguasai pasar maupun pesaingnya. Pangsa pasar juga dapat menentukan pula suatu pasar terletak pada struktur pasar seperti apa. Pada sistem pemasaran rumput laut di Desa Tanjung petani menjual ke pedagang pengepul dan pedagang pengepul akan menjual rumput laut kepada pedagang besar. Setelah itu pedagang besar menjual produksi rumput laut ke pabrik yang berada di luar daerah Madura dikarenakan tidak adanya perusahaan yang dapat mengelola rumput laut di Madura. Dalam penelitian ini konsentrasi pasar dapat dihitung mulai dari tingkat petani, pedagang pengepul, dan pedagang besar karena jumlah petani dan pedagang sudah dapat memenuhi syarat perhitungan dengan alat analisis yang digunakan.

Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui struktur pasar melalui konsentrasi pasar yaitu alat analisis derajat konsentrasi rasio (CR4). Hasil dari analisis konsentrasi pasar dapat diketahui perbandingan konsentrasi pasar pada beberapa tingkat pasar dalam pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat dilihat pada tabel 5.3 berikut:

Tabel 5.3 Perbandingan Hasil Analisis Derajat Konsentrasi Pasar pada Pemasaran Rumput Laut Di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

Lembaga Pemasaran	Konsentrasi Pasar (%)	Jenis Struktur Pasar
Petani	14,11	Persaingan Sempurna
Pedagang Pengepul	83,33	Oligopoli ketat
Pedagang Besar	100	Oligopoli ketat

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 5.4 menunjukkan bahwa hasil analisis konsentrasi rasio (CR4) pada lembaga pemasaran memiliki konsentrasi pasar yang berbeda. Untuk mengukur struktur pasar di tingkat petani adalah dengan cara melihat konsentrasi pasar dengan data jumlah penjualan. Pasar ditingkat petani terdapat empat produsen terbesar yang menguasai pasar yaitu sebesar 14,11% dari total produksi rumput laut yang berada di wilayah penelitian, pedagang pengepul menguasai pasar sebesar 83,33% dan pedagang besar menguasai pasar sebesar 100%. Berdasarkan hasil dari di lapang, struktur pasar yang terjadi pada tingkat petani dalam pemasaran rumput laut di Desa Tanjung. Berikut formula CR4 di tingkat petani rumput laut:

$$\begin{aligned}
 CR4 &= S1 + S2 + S3 + S4 \\
 &= 3,95 + 3,95 + 3,28 + 2,95 \\
 &= 14,11 \% \text{ (di tingkat Petani)}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan pada CR4 menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh pada tingkat petani sebesar 14,11 % yang artinya nilai CR4 kurang dari 40% yang menunjukkan bahwa struktur pasar yang terbentuk pada pasar rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep saat mengarah pada struktur pasar persaingan sempurna. Pada pasar persaingan sempurna memiliki ciri-ciri yaitu dengan jumlah penjual dan pembeli banyak dengan produk yang bersifat homogen. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari lapang, petani rumput laut yang berada di Desa Tanjung berjumlah cukup banyak dan produk yang di hasilkan atau dipasarkan bersifat homogen (sama) yaitu rumput laut dalam bentuk kering, selain itu petani rumput laut juga tidak memiliki kemampuan dalam menentukan harga.

Selanjutnya di tingkat petani rumput laut, analisis derajat konsentrasi rasio juga digunakan untuk melihat struktur pasar di tingkat pedagang pengepul yang berada di Desa Tanjung. Berikut formula CR4 di tingkat pedagang pengepul :

$$\begin{aligned} \text{CR4} &= S1 + S2 + S3 + S4 \\ &= 22,22 + 22,22 + 16,67 + 22,22 \\ &= 83,33\% \text{ (pedagang pengepul)} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan pada CR4 di tingkat pedagang pengepul diperoleh nilai sebesar 83,33% yang artinya nilai CR4 lebih dari 60% yang menunjukkan bahwa struktur pasar yang terbentuk pada pasar rumput laut di tingkat pedagang pengepul yaitu jenis struktur pasar oligopoli ketat. Pasar oligopoli ketat adalah suatu pasar dimana terdapat sekitar empat perusahaan menguasai pangsa pasar antara 60% sampai 100%. Ciri-ciri pasar oligopsoni yaitu banyak penjual dan sedikit pembeli, penjual atau produsen tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga. Berdasarkan hasil lapang pedagang pengepul yang berada di Desa Tanjung berjumlah 5 orang.

Struktur pasar berikutnya merupakan struktur pasar yang terjadi pada tingkat pedagang besar. Berikut formula CR4 di tingkat pedagang besar :

$$\begin{aligned} \text{CR4} &= S1 + S2 + S3 + S4 \\ &= 30,56 + 22,22 + 25 + 22,22 \\ &= 100\% \text{ (Pedagang Besar)} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan pada CR4 di tingkat pedagang besar diperoleh nilai sebesar 100% yang artinya struktur pasar yang terbentuk pada pasar rumput laut pada tingkat pedagang besar yaitu jenis struktur pasar oligopoli ketat. Ciri-ciri pasar oligopoli yaitu hanya ada beberapa pembeli dan banyak produsen/penjual, penjual tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga. Setiap pedagang memiliki pelanggan tetap. Hal tersebut karena adanya hubungan kepercayaan yang tinggi antar pedagang. Berdasarkan hasil lapang pedagang besar yang berada di Kecamatan Bluto berjumlah 4 orang.

Berdasarkan hasil perhitungan CR4 dapat disimpulkan bahwa struktur pasar pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat dilihat pada indikator besarnya pangsa pasar ditingkat

petani mendekati pasar persaingan sempurna karena nilai CR4 kurang dari 40% sedangkan pada tingkat pedagang pengepul dan pedagang besar mendekati pasar persaingan tidak sempurna atau mengarah pada pasar oligopsoni dilihat dari sisi pembeli karena nilai CR4 lebih dari 60%.

Berdasarkan kriteria dalam penentuan struktur pasar yang meliputi jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar, informasi pasar, dan konsentrasi rasio dapat disimpulkan bahwa struktur pasar yang terbentuk pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yaitu pasar oligopsoni sama dengan hasil penelitian Bhakti (2014) menyimpulkan bahwa struktur pasar rumput laut mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yaitu struktur pasar oligopsoni (banyak penjual dan sedikit pembeli). Terdapat hambatan keluar masuk pasar yang cukup kuat, minimnya pengetahuan informasi dan hanya terbatas pada informasi harga yang telah ditetapkan oleh pedagang. Hasil dari analisis pangsa pasar pada tingkat pedagang pengumpul tergolong dalam pasar oligopsoni, dimana terdapat empat pedagang pengepul terbesar memiliki CR4 besar dari 60% dari CR total. Bentuk pasar rumput laut di Kabupaten Luwu termasuk pada pasar persaingan tidak sempurna. Hal ini disebabkan karena petani rumput laut di daerah penelitian hanya sebagai penerima harga tanpa memiliki kekuatan tawar. Penentuan harga di tingkat petani rumput laut lebih dikuasai oleh pedagang pengepul.

5.1.2 Perilaku Pasar Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Perilaku pasar merupakan suatu tindakan dan kegiatan yang dilakukan perusahaan sebagai produsen atau penjual dan pembeli barang dan jasa. Perilaku pasar menggambarkan strategi penetapan harga, adanya kerjasama antar lembaga pemasaran. Gambaran tingkah laku lembaga pemasaran dalam menghadapi struktur pasar, untuk tujuan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Pada pembahasan ini perilaku pasar dilakukan secara deskriptif meliputi:

a. Strategi Penentuan Harga

Saluran pemasaran di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep menunjukkan bahwa penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terlibat kecuali pada tingkat petani rumput laut yang hanya menjalankan kegiatan penjualan. Biaya pengemasan dan biaya pengangkutan ditanggung oleh pedagang pengepul dikarenakan petani tidak mengeluarkan biaya pascapanen dan tidak melakukan penanganan khusus pada hasil rumput laut kering dan langsung menjualnya kepada pedagang pengepul. Pedagang pengepul membeli hasil rumput laut kering kepada petani yang sudah menjadi pelanggannya. Selanjutnya pedagang pengepul akan menjual hasil rumput laut kering kepada pedagang besar yang berada di wilayah Kecamatan Bluto. Penentuan harga yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam menjualkan rumput laut yaitu ditentukan oleh pedagang. Pada penentuan harga rumput laut, petani menjadi pihak yang lemah di antara saluran pemasaran. Kondisi ini terjadi dikarenakan petani rumput laut merupakan pihak penerima harga, tanpa mempunyai kekuatan dalam tawar menawar. Kekuatan dalam hal pembentukan harga berada pada pedagang yang berada di atasnya harga rumput laut ditentukan oleh pelaku pemasaran.

Berdasarkan hasil lapang, dalam penentuan harga rumput laut, petani merupakan pihak yang paling lemah diantara mata rantai perdagangan rumput laut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi penentuan harga yang terjadi dalam pemasaran rumput laut tidak mengarah pada pasar persaingan sempurna, namun mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna dikarenakan pedagang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga yang terjadi di pasar. Untuk itu struktur pasar rumput laut cenderung mengarah pasar tidak sempurna yaitu pasar oligopsoni yaitu suatu bentuk pasar yang terdapat beberapa pembeli, dimana pembeli bertindak sebagai *price setter* dan penjual bertindak sebagai *price taker*. Sistem pembayaran yang dilakukan dalam aktivitas pemasaran rumput laut sesuai dengan jumlah hasil panen rumput laut kering dan dibayar secara tunai. Hal ini dikarenakan petani rumput laut juga membutuhkan uang untuk kegiatan rumput laut selanjutnya. Selain itu, pedagang besar adalah lembaga pemasaran yang

memiliki informasi yang cukup banyak dibandingkan dengan lembaga pemasaran lain pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

b. Kerjasama Antar Lembaga Pemasaran

Kerjasama antar lembaga pemasaran yang dilakukan di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep terdapat pada pola saluran pemasaran rumput laut diantaranya antara pedagang pengepul dengan petani rumput laut yang mengelola pemasaran secara individu. Kerjasama yang dilakukan petani dan pedagang pengepul yaitu petani meminjam uang kepada pedagang pengepul untuk keperluan kegiatan budidaya rumput laut. Selain itu, proses distribusi produksi rumput laut dari tingkat petani sampai kepada pabrik membentuk kerjasama yang terjadi antar lembaga pemasaran rumput laut. Setiap lembaga pemasaran yang terlibat secara tidak langsung akan terjalin kerjasama atas dasar saling percaya dan lamanya hubungan yang telah terjadi.

Kerjasama yang terjadi melalui permodalan yaitu rasa saling percaya antara petani dan pedagang pengepul di Desa Tanjung. Pedagang pengepul memberikan pinjaman modal kepada petani yang memiliki kekurangan modal dalam membudidayakan rumput laut sehingga petani terikat dengan pedagang pengepul untuk menjual hasil panen rumput laut kepada pedagang pengepul. Kemudian kerjasama antar lembaga pemasaran yang lainnya yaitu dalam menyalurkan atau mendistribusikan rumput laut sampai kepada pabrik di mulai dari tingkat petani hingga pedagang besar. Dalam hal menyalurkan hasil produksi rumput laut petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran, dikarenakan biaya pemasaran di tanggung oleh pedagang pengepul. Hal tersebut menjadi salah satu alasan petani rumput laut berlangganan kepada pedagang pengepul. Selain itu petani rumput laut di Desa Tanjung dapat mengurangi pembiayaan pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian, jenis kerjasama yang terbentuk antar lembaga pemasaran yaitu melalui kerjasama dalam hal permodalan, kerjasama dalam menyalurkan produk hingga sampai ke pabrik.

5.1.3 Keragaan Pasar Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Keragaan pasar merupakan kondisi suatu pasar sebagai akibat interaksi antara struktur pasar dan perilaku pasar. Keragaan pasar ini dapat digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh struktur pasar dan tingkah laku pasar dalam proses pemasaran. Interaksi antara struktur dan perilaku pasar cenderung bersifat kompleks dan saling mempengaruhi secara dinamis. Sementara keragaan pasar memiliki pengaruh terhadap struktur dan perilaku pasar. Ada beberapa indikator yang dapat dilihat dari keragaan pasar yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep meliputi, margin pemasaran, *share* keuntungan dan *share* biaya dan efisiensi pemasaran.

a. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen selisih antara harga jual dan harga beli pada setiap lembaga pemasaran, dalam hal ini adalah petani. Penentuan efisiensi pemasaran dapat dilakukan melalui analisis margin pemasaran dikarenakan indikator yang digunakan untuk menentukan efisiensi pemasaran adalah margin pemasaran. Analisis margin pemasaran rumput laut di Desa Tanjung dilakukan mulai dari tingkat petani, pedagang pengepul, dan pedagang besar.

Analisis margin pemasaran dilakukan pada saluran pemasaran di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Hasil analisis menunjukkan bahwa margin pemasaran yang terbentuk yaitu (petani-pedagang pengepul-pedagang besar-pabrik) sebesar Rp. 895/kg. Petani melakukan penjualan kepada pedagang pengepul. Pedagang pengepul melakukan kegiatan mengumpulkan, menyimpan, membiayai (pinjaman kepada petani). Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul yaitu biaya transportasi dan biaya bongkar muatan. Pedagang besar melakukan pembelian, penjualan dan biaya yang dikeluarkan cukup banyak. Berikut merupakan hasil analisis margin pemasaran, market *share*, dan distribusi margin dari lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran yang dapat dilihat pada tabel 5.4.

Tabel 5.4 Analisis market *share*, dan distribusi margin pemasaran rumput laut pada saluran pemasaran

No.	Jenis Lembaga	Harga Rp/Kg	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1.	Petani Rumput Laut	8.280	90,25			
2.	Pedagang Pengepul					
	a. Harga Beli	8.280				
	b. Biaya Transportasi	45		0,49		5,03
	c. Biaya Bongkar Muatan	12		0,13		1,34
	d. Biaya Ongkos Timbang	10		0,11		1,12
	e. Harga Jual	8.620				
	f. Keuntungan	293	3,19		32,74	
3.	Pedagang Besar					
	a. Harga Beli	8.620				
	b. Biaya Transportasi	309		3,37		34,57
	c. Biaya Bongkar Muatan	3		0,03		0,30
	d. Biaya pengemasan	50		0,55		5,58
	e. Biaya ongkos timbang	18		0,19		2,03
	f. Harga Jual	9.175				
	g. Keuntungan	175	1,90		19,55	
4.	Pabrik	9.175				
	Margin Pemasaran	895	95,3	4,77	52,29	49,97
	Total		100		100	

Sumber : Data Primer diolah, (lampiran 6.1)

Berdasarkan tabel 5.6 dapat diketahui bahwa lembaga pemasaran yang berperan sebagai perantara rumput laut dari petani yaitu pedagang pengepul dan pedagang besar. Komponen dari analisis margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Biaya pemasaran merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam melakukan kegiatan pemasaran rumput laut. Biaya yang digunakan untuk melakukan analisis margin pemasaran pada saluran pemasaran adalah rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar yang menjadi responden dalam penelitian ini. Pada saluran pemasaran ini, biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar yaitu meliputi biaya transportasi, biaya bongkar muatan, biaya pengemasan (karung), biaya ongkos timbang. Hasil analisis margin pemasaran pada saluran pemasaran rumput laut

dapat diketahui harga rata-rata rumput laut di tingkat petani adalah sebesar 8.280/Kg dan harga di tingkat pedagang pengepul yaitu 8.620/Kg dan ditingkat pedagang besar yaitu 9.175/Kg. Berdasarkan hasil analisis, di peroleh margin pemasaran rumput laut dari perhitungan selisih antara harga di tingkat petani, pedagang pengepul, dan pedagang besar yaitu sebesar 895/kg.

Analisis market *share* menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima dan dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Berdasarkan hasil yang diperoleh, analisis market *share* menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima petani adalah sebesar Rp 8.280/kg dengan persentase *share* harga yang diterima petani sebesar 90,25% dari keseluruhan nilai rumput laut sampai pada tangan konsumen. *Share* keuntungan yang diterima oleh pedagang pengepul sebesar Rp 293/kg atau sebesar 3,19%. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul meliputi biaya transportasi sebesar Rp 45/kg dan *share* biaya sebesar 0,49%, biaya bongkar muatan sebesar Rp 12/kg dan nilai *share* sebesar 0,13%, dan biaya ongkos timbang sebesar Rp 10/kg nilai *share* sebesar 0,11%. Sedangkan nilai *share* keuntungan yang diterima oleh pedagang besar yaitu sebesar Rp 175/kg rumput laut adalah sebesar 1,90%. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar meliputi biaya transportasi sebesar Rp 309/kg dan *share* biaya sebesar 3,37%, biaya bongkar muatan sebesar Rp 3/kg dan *share* biaya sebesar 0,30%, biaya pengemasan sebesar Rp 50/kg dan biaya ongkos timbang sebesar Rp 18/kg. Total nilai *share* keuntungan sebesar 95,3% dan *share* biaya sebesar 4,77%. Berdasarkan perbandingan nilai *share* keuntungan dan *share* biaya tersebut dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran rumput laut di desa tanjung menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan nilai *share* biaya.

b. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai dalam suatu aktivitas pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat tercapai apabila nilai efisiensi pemasaran lebih besar dari biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya. Hasil penelitian efisiensi pemasaran dalam upaya untuk menyalurkan produksi rumput laut dari petani sampai pada konsumen

di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep terdapat dua lembaga yang terlibat yaitu pedagang pengepul dan pedagang besar. Aktifitas pedagang pengepul yaitu mengumpulkan hasil produksi rumput laut serta menyediakan sarana transportasi dalam menyalurkan hasil produksi rumput laut tersebut. Pedagang pengepul melakukan pembelian secara langsung kepada petani dengan cara mendatangi rumah petani rumput laut. Kemudian untuk lembaga pemasaran yang kedua yaitu pedagang besar yaitu melakukan kegiatan seperti transportasi, biaya untuk tenaga kerja yaitu biaya bongkar muatan, pengemasan, ongkos timbang.

Efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dianalisis dengan melihat besar total biaya pemasaran dan total nilai produk dalam sistem pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian dilapang menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang terjadi melibatkan petani, pedagang pengepul, pedagang besar, dan pabrik. Efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Tanjung di analisis dengan melihat besarnya total biaya pemasaran. Berikut merupakan hasil analisis efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat dilihat pada tabel 5.5.

Tabel 5.5 Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Saluran Pemasaran	Efisiensi Pemasaran
1.	Petani-pedagang pengepul-pedagang besar-pabrik	4,78

Sumber: Data Primer diolah, 2016 (lampiran 6.2)

Berdasarkan tabel 5.5 dapat diketahui bahwa hasil dari analisis efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran yang terdapat pada sistem pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Saluran yang berada di Desa Tanjung hanya memiliki satu saluran pemasaran. Saluran pemasaran yaitu melibatkan dua lembaga pemasaran meliputi pedagang pengepul dan pedagang besar, hasil yang didapatkan nilai efisiensi sebesar 4,78%. Berdasarkan hasil analisis saluran pemasaran rumput laut memiliki nilai efisiensi < 50% yang menunjukkan bahwa saluran pemasaran efisien.

5.2 Strategi Pengembangan Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Upaya pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep tertuju pada hasil produksi rumput laut dalam bentuk kering. Strategi pengembangan ini ditunjukkan untuk mengetahui langkah yang sebaiknya akan dilakukan untuk menunjang pengembangan rumput laut di Desa Tanjung. Pemasaran rumput laut yang dilakukan oleh petani di Desa Tanjung merupakan kegiatan petani selain membudidayakan rumput laut dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Strategi pengembangan rumput laut tersebut memadukan beberapa faktor yang terdiri dari faktor penghambat dan faktor pendorong. Kedua faktor tersebut nantinya akan dipertimbangkan untuk pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep di masa yang akan datang sehingga usaha yang dilakukan nantinya dapat lebih berkembang.

Strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat diketahui dengan cara menganalisis faktor pendorong dan faktor penghambat dengan menggunakan alat analisis yaitu analisis medan kekuatan atau FFA (*Force Field Analysis*). Analisis FFA (*Force Field Analysis*) yaitu suatu alat analisis untuk merencanakan suatu perubahan yang terdiri dari faktor pendorong dan faktor penghambat. Selain itu, analisis medan kekuatan dapat digunakan untuk melakukan perubahan agar usaha yang dijalankan berkembang.

Hasil analisis FFA akan memunculkan rekomendasi kebijakan yang tujuannya untuk meminimalisir faktor penghambat dengan mengoptimalkan faktor pendorong ke arah tujuan yang akan dicapai. Hasil dari analisis faktor pendorong dan faktor penghambat akan menunjukkan nilai total bobot (TNB) dari faktor penghambat dan faktor pendorong serta nilai faktor kunci keberhasilan (FKK). Nilai total bobot (TNB) digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan suatu usaha dengan cara membandingkan TNB faktor pendorong dan faktor penghambat, bila TNB faktor pendorong lebih besar dibandingkan faktor penghambat maka usaha tersebut memiliki strategi untuk dikembangkan

dan sebaliknya. Berdasarkan hasil wawancara di lapang terdapat enam faktor pendorong dan enam faktor penghambat rumput laut di Desa Tanjung. Berikut merupakan faktor pendorong dan faktor penghambat dapat dilihat pada tabel 5.6.

Tabel 5.6 Identifikasi Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Tanjung Kabupaten Sumenep

No.	Faktor Pendorong	No.	Faktor Penghambat
D1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut	H1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit
D2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut	H2	Harga rumput laut fluktuatif
D3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat	H3	Terbatasnya modal milik sendiri
D4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul	H4	Keterbatasan informasi pasar
D5	Adanya permintaan rumput laut	H5	Cuaca yang tidak menentu
D6	Produk unggulan	H6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering

Sumber : Data Primer Diolah, 2016 (lampiran 9)

Faktor pendorong dan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat didefinisikan sebagai hal-hal yang menjadi kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunities*). Faktor-faktor yang disebutkan pada tabel 5.6 merupakan gabungan dari faktor-faktor pendorong dan faktor penghambat dalam budidaya dan pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Faktor pendorong terdiri dari faktor kekuatan (*strength*) dan faktor peluang (*opportunities*) yang dimiliki oleh suatu usaha. Faktor kekuatan meliputi faktor pendorong yang tahap pengembangannya berasal dari kemampuan suatu usaha dalam pengembangannya. Faktor pendorong pengembangan rumput laut dilakukan analisis untuk menentukan prioritas yang kemudian akan ditetapkan sebagai kunci keberhasilan dalam pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Faktor-faktor pendorong pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep antara lain:

1. Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut (D1)

Kondisi perairan yang sesuai untuk membudidayakan rumput laut perlu diperhatikan, karena lingkungan tersebut tempat perkembangan rumput laut. Selain itu, rumput laut yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep menggunakan metode rakit, sehingga rakit tersebut bisa leluasa dipindahkan dari tempat satu ke tempat yang lainnya sesuai dengan kondisi perairan dan areal yang berada di Desa Tanjung terbatas. Keberhasilan kegiatan budidaya rumput laut sangat ditentukan oleh ketersediaan dan kesesuaian lahan perairan, sehingga dapat memperoleh hasil yang optimal. Lingkungan yang sesuai untuk budidaya rumput laut merupakan salah satu kekuatan dalam pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor D1 yaitu faktor kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut termasuk pada faktor pendorong pada budidaya rumput laut di Desa Tanjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya nilai dukungan (ND) sebesar 3,25, sehingga dapat disimpulkan bahwa Desa Tanjung sudah sesuai kriteria lingkungan untuk melakukan budidaya rumput laut.

2. Ketersediaan sarana prasarana rumput laut (D2)

Sarana merupakan fasilitas yang dipakai secara langsung. Ketersediaan sarana prasarana di Desa Tanjung akan menentukan dalam memilih lokasi, metode yang diterapkan. Sarana produksi utama yang dibutuhkan dalam usaha budidaya rumput laut dengan metode rakit adalah tali, bibit, jangkar, bambu. Sarana tersebut mudah dan tersedia. Metode yang diterapkan yaitu dengan menggunakan metode rakit. Sarana penunjang yang lain adalah sarana transportasi, tempat penjemuran karena hal tersebut akan membantu dalam kelancaran kegiatan budidaya rumput laut. Prasarana yang dibutuhkan seperti jalan, pasar, dimana prasarana jalan akan memperlancar pengangkutan. Berdasarkan hasil di lapangan, bahwa sarana mudah diperoleh seperti bambu, tali bibit, jangkar dan alat-alat lainnya. Prasarana yang berada di Desa Tanjung seperti jalan juga mudah diakses sehingga nantinya dapat mempermudah penjualan

rumput laut. Dengan adanya budidaya rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep menyediakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor D2 yaitu ketersediaan sarana prasarana rumput laut termasuk pada faktor pendorong pada budidaya rumput laut di Desa Tanjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya nilai dukungan (ND) sebesar 3,75, sehingga ketersediaan sarana prasarana rumput laut merupakan faktor pendorong untuk pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

3. Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat (D3)

Rumput laut merupakan salah satu organisme yang tidak memerlukan perawatan yang sulit, perawatan rumput laut tidak memerlukan pupuk, dikarenakan rumput laut memperoleh makanan melalui aliran air yang melewatinya atau melalui sintesis bahan makanan di sekitarnya dengan bantuan matahari. Rumput laut juga tidak memerlukan obat-obatan dalam hal perawatan untuk pembasmi serangan hama maupun penyakit. Oleh sebab itu, budidaya rumput laut tidak harus memiliki keahlian khusus, mudah dipelajari dan tidak memerlukan teknologi sehingga teknik budidaya rumput laut mudah.

Pemeliharaan rumput laut tergolong singkat hanya memerlukan waktu 45 hari mulai dari penanaman rumput laut sampai pada proses pemanenan. Oleh sebab itu, waktu yang relatif singkat menjadikan daya tarik masyarakat yang berada di wilayah pesisir untuk membudidayakan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Dalam memilih suatu lokasi, petani rumput laut hanya mengendalikan kejelian dan ketekunan dalam merawat rumput laut. Pemeliharaan rumput laut termasuk pemeliharaan yang cukup mudah karena pembudidaya tidak perlu memberikan pakan, cukup dengan mengontrol rumput laut tergantung kondisi perairan. Hal tersebut bertujuan untuk mencegah pemakan rumput laut salah satunya ikan baronang serta menjaga kebersihan *thallus* dari kotoran atau organisme yang menempel pada rumput laut. Penguasaan teknik yang baik dan benar akan menghasilkan produksi yang baik dan kualitas yang baik pula.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa keseluruhan responden menyatakan bahwa faktor D3 yaitu teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat merupakan salah satu faktor pendorong dalam melakukan budidaya rumput laut di Desa Tanjung. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai dukungan (ND) yaitu sebesar 4,5, sehingga faktor teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat sudah dimiliki sebagian besar dari petani rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

4. Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul (D4)

Penjualan merupakan tujuan akhir dalam melakukan usaha budidaya rumput laut. Pemasaran yang dilakukan oleh petani rumput laut yaitu dengan menjual hasil produksi rumput laut kepada pedagang pengepul. Pedagang pengepul mendatangi rumah petani untuk mengambil rumput laut kering dan sistem pembayaran yang dilakukan dibayar secara tunai. Petani tidak mengeluarkan biaya apapun dikarenakan biaya transportasi ditanggung oleh pedagang pengepul. Penjualan rumput laut dalam bentuk kering yang berada di Desa Tanjung tergolong mudah karena sebagian besar petani rumput laut sudah kenal baik dengan pedagang pengepul. Dalam hal ini pedagang pengepul akan mendatangi rumah petani rumput laut untuk membelinya. Berdasarkan hasil penelitian, faktor D4 yaitu teknik budidaya yang mudah termasuk pada faktor pendorong pada budidaya rumput laut di Desa Tanjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya nilai dukungan (ND) sebesar 2,75. Sehingga kemudahan penjualan karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul agar mendorong melakukan budidaya rumput laut. Hal ini menyebabkan kemudahan pemasaran rumput laut dan kegiatan budidaya rumput laut di daerah tersebut.

5. Adanya permintaan rumput laut (D5)

Permintaan yang semakin meningkat disebabkan permintaan rumput laut untuk industri juga meningkat. Pabrik pengolahan rumput laut akan menampung rumput laut kering yang di hasilkan oleh petani rumput laut yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep yang didapatkan dari

pedagang besar. Permintaan yang cukup besar merupakan peluang bagi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung. Pembudidaya rumput laut tertarik untuk menjalankan usahanya karena beranggapan bahwa membudidayakan rumput laut memiliki keuntungan yang cukup menjanjikan apabila permintaan yang terus meningkat dan harga yang stabil.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor D5 yaitu permintaan yang cukup besar termasuk pada faktor pendorong pada budidaya rumput laut di Desa Tanjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya nilai dukungan (ND) sebesar 4. Nilai tersebut termasuk dalam kategori tinggi sehingga adanya permintaan rumput laut merupakan faktor pendorong untuk pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

6. Produk Unggulan (D6)

Produk unggulan merupakan kebijakan pemerintah yang mendukung usaha pemerintah Kabupaten Sumenep yang telah menetapkan komoditas rumput laut sebagai produk unggulan. Kebijakan pemerintah dengan adanya produk unggulan merupakan peluang besar bagi pengembangan usaha budidaya rumput laut. Dukungan pemerintah dengan adanya pemberian bantuan berupa penyediaan bibit dan sarana produksi. Pada saat wawancara dilapang, di Desa Tanjung pernah diadakan pelatihan tentang inovasi rumput laut yaitu salah satunya cara membuat tepung, sabun yang berbahan dasar rumput laut. Namun, setelah pelatihan itu selesai para petani yang berada di Desa Tanjung tidak mau melanjutkan program tersebut dikarenakan dana serta mesin yang tidak ada. Berdasarkan hasil penelitian, faktor D6 yaitu produk unggulan merupakan faktor pendorong yang cukup mempengaruhi budidaya rumput laut di Desa Tanjung. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai dukungan (ND) yaitu sebesar 3,75. Nilai tersebut cukup sehingga faktor produk unggulan mempengaruhi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Produk unggulan tersebut merupakan kebijakan dari pemerintah di Kabupaten Sumenep.

Selain faktor pendorong, adapun faktor penghambat yang harus diminimalisasi. Faktor penghambat pada budidaya rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan saronggi Kabupaten Sumenep dapat didefinisikan sebagai kelemahan

(*weakness*) dan ancaman (*treaths*). Faktor (*weakness*) meliputi faktor-faktor penghambat pengembangan rumput laut yang berasal dari dalam usaha, sedangkan faktor ancaman (*treaths*) merupakan faktor penghambat yang berasal dari luar usaha. Faktor penghambat tersebut perlu diidentifikasi untuk mempermudah pengembangan sehingga faktor pendorong dapat dilakukan dengan optimal. Faktor kelemahan tersebut nantinya akan diminimalisir sehingga kunci keberhasilan dari pengembangan budidaya rumput laut di Desa Tanjung dapat tercapai. Faktor – faktor penghambat pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep antara lain, sebagai berikut :

1. Rentan terhadap serangan hama dan penyakit (H1)

Perubahan lingkungan termasuk juga perubahan musim yang menyebabkan timbulnya serangan hama dan penyakit, sehingga berpengaruh terhadap produksi rumput laut. Penyakit yang menyerang rumput laut adalah penyakit *ice-ice* dengan gejala timbulnya bintik-bintik putih dan akan menyebabkan kehilangan warna sampai menjadi putih dan mudah terputus. Saat ini belum ada teknologi yang bisa menanggulangi penyakit *ice-ice*. Lumut merupakan salah satu faktor penghambat pada saat kegiatan pemanenan karena sulit bersihkan. Selain itu hama yang terdapat pada rumput laut ikan baronang sebagai pemakan tanaman rumput laut. Serangan hama dan penyakit dapat menyebabkan menurunnya produksi budidaya rumput laut. Secara fisik hama menimbulkan kerusakan fisik terhadap *thallus*, *thallus* akan mudah terkelupas, patah ataupun habis dimakan hama. Biasanya hama yang sering menyerang adalah ikan beronang. Berdasarkan hasil penelitian, faktor H1 yaitu rentan terhadap serangan hama dan penyakit termasuk pada faktor penghambat di Desa Tanjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya nilai dukungan (ND) sebesar 3,75. Nilai tersebut termasuk dalam kategori cukup sehingga faktor rentan terhadap serangan hama dan penyakit merupakan faktor penghambat untuk pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

2. Harga rumput laut fluktuatif (H2)

Harga jual suatu produk yang dihasilkan oleh petani merupakan faktor penentu keuntungan yang akan diterima. Harga rumput laut yang pada tahun ini mengalami penurunan yang menyebabkan petani mengalami kerugian, sehingga petani saat ini lebih memilih menyimpan rumput laut terlebih dahulu sebelum dijual kepada pengepul dan ada pula yang tidak membudidayakan rumput laut dikarenakan terbatasnya modal. Fluktuasi harga yang terjadi pada komoditas rumput laut terjadi akibat ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran. Fluktuasi merupakan salah satu masalah yang sering muncul dalam pemasaran komoditas pertanian khususnya komoditas perikanan. Selain sifat harga yang fluktuatif, pembudidaya juga dihadapkan pada masalah ketidakmampuan menentukan harga jual atau memiliki nilai tawar yang rendah. Berdasarkan hasil dilapang, harga rumput laut pada tahun 2013 mencapai Rp. 15.000/kg. namun pada tahun 2015 harga rumput laut Rp 7.500 dan tahun 2016 ini harga rata-rata rumput laut mengalami kenaikan yaitu Rp. 8.280/kg rumput laut dalam bentuk kering. Meskipun harga rumput laut menurun tetapi harga rumput laut (*Eucheuma cottonii*) masih diatas rumput laut jenis lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, faktor H2 yaitu harga rumput laut mengalami penurunan mempunyai nilai dukungan (ND) sebesar 3,75. faktor H2 atau harga rumput laut mengalami penurunan dapat diterima sebagai faktor penghambat yang dapat mempengaruhi pendapatan petani rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep.

3. Terbatasnya modal milik sendiri (H3)

Modal merupakan salah satu faktor paling penting yang harus dimiliki oleh petani. Budidaya rumput laut di Desa Tanjung membutuhkan modal dalam kegiatan pengembangannya. Hal ini dikarenakan modal utama untuk budidaya rumput laut yaitu bibit, bambu untuk melakukan kegiatan budidaya rumput laut. petani rumput laut di Desa Tanjung umumnya menggunakan dua sumber modal yaitu modal sendiri dan modal pinjaman. Kesulitan petani rumput laut yaitu modal berupa uang sehingga petani bergantung pada pedagang pengepul, karena rata-rata pedagang akan meminjamkan uang kepada petani sehingga apabila sudah

dilakukan pemanenan hasil produksi petani harus menjual atau memberikan hasil panen yang dibayar untuk menutup hutang modal usaha tersebut. oleh sebab itu, terdapat keterikatan antara petani dan pedagang pengepul. Berdasarkan hasil penelitian, faktor H3 yaitu terbatasnya modal milik sendiri mempunyai nilai dukungan (ND) sebesar 4, sehingga terbatasnya modal merupakan salah satu faktor yang cukup menghambat dalam kegiatan budidaya rumput laut karena petani membutuhkan modal dalam pemenuhan sarana produksi.

4. Keterbatasan informasi pasar (H4)

Informasi pasar sangat penting bagi setiap lembaga pemasaran untuk mengetahui informasi mengenai pasar dan harga. Kesulitan yang dihadapi petani sebagian besar yaitu terkait dengan harga jual. Informasi yang diketahui petani sangat minim, petani merupakan pihak yang lemah dalam menentukan harga karena informasi yang didapatkan hanya melalui pedagang pengepul serta kelompok tani belum berperan aktif dalam memasarkan produk rumput laut. Hanya sedikit informasi yang didapatkan petani rumput laut mengenai harga. Berdasarkan hasil penelitian, faktor penghambat H4 yaitu keterbatasan informasi pasar mempunyai nilai dukungan (ND) sebesar 3. Nilai tersebut berada pada tergolong kategori cukup yang artinya faktor H4 merupakan faktor keterbatasan informasi pasar. Hal ini dikarenakan informasi yang didapatkan di daerah tersebut masih tergolong terbatas sehingga petani masih bergantung kepada pedagang mengenai informasi pasar yang ada.

5. Cuaca yang tidak menentu (H5)

Perubahan cuaca yang tidak menentu dapat mempengaruhi pertumbuhannya rumput laut. Cuaca juga menentukan keberhasilan dalam kegiatan budidaya rumput laut. Rumput laut dapat berkembang dan tumbuh dengan baik dengan adanya dukungan cuaca yang baik pula. Budidaya tidak bisa dilakukan sepanjang tahun, hal ini secara umum masih dipengaruhi oleh musim. Apabila cuaca yang tidak menentu menyebabkan pengaruh terhadap kondisi dan perkembangan rumput laut. Seperti halnya akibat perubahan musim, gelombang tinggi dapat mengakibatkan pengikatan kurang kuat atau longgar sehingga akan terlepas apabila tidak dilakukan pengontrolan akan mengalami kerugian usaha.

Oleh sebab itu, hampir semua petani meresahkan terhadap perubahan cuaca. Pada waktu panen pada rumput laut tergolong cepat disebabkan cuaca yang tidak menentu. Berdasarkan hasil penelitian, faktor cuaca yang tidak menentu mempunyai nilai dukungan (ND) sebesar 3. Sehingga cuaca yang tidak menentu menyebabkan kondisi rumput laut rentan terhadap penyakit dan nantinya akan mempengaruhi hasil produksi dan kualitas rumput laut menurun di Desa Tanjung.

6. Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering (H6)

Rumput laut merupakan salah satu budidaya perikanan yang memiliki prospek pengembangan yang cukup baik. Namun, meskipun sudah berskala ekspor, rumput laut yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep masih dijual dalam bentuk kering. Belum ada inovasi untuk menjual rumput laut dalam bentuk tepung dikarenakan alat yang tidak memadai dan keterbatasan pengetahuan. Berdasarkan hasil penelitian, faktor H6 yaitu rumput laut masih dijual dalam bentuk kering mempunyai nilai dukungan (ND) sebesar 3. Nilai tersebut berada pada kategori cukup yang artinya faktor rumput laut masih dijual dalam bentuk kering diterima sebagai faktor penghambat karena kurang adanya inovasi dan tidak memiliki tempat untuk pengolahan.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan medan kekuatan FFA, maka dapat diketahui nilai dari Total Nilai Bobot (TNB) pada masing-masing faktor. Berdasarkan nilai TNB tersebut maka dapat diketahui pula nilai Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep yang dapat dicapai dengan cara melihat nilai TNB terbesar. Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) terbagi menjadi dua yaitu, Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) pendorong dan Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) penghambat. Berikut ini merupakan hasil dari tabel rata-rata faktor pendorong pada pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat dilihat pada tabel 5.7.

Tabel 5.7 Rata-Rata Faktor Pendorong pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No	Faktor Pendorong	BF	ND	NRK	NBK	TNB	FKK
1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut	0,18	3,25	3,02	0,54	1,11	2
2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut	0,20	3,75	2,73	0,55	1,31	1*
3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat	0,15	4,5	2,77	0,42	1,10	3
4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul	0,16	2,75	2,80	0,46	0,91	6
5	Adanya permintaan rumput laut	0,15	4	2,95	0,45	1,06	4
6	Produk unggulan	0,15	3,75	2,91	0,44	1,01	5
						6,51	

Sumber : Data Primer Diolah tahun 2016 (Lampiran 14.3)

Keterangan:

*) = Prioritas Faktor Kunci Keberhasilan (FKK)

BF = Bobot Faktor

ND = Nilai Dukungan

NRK = Nilai Rata-rata Keterkaitan

NBD = Nilai Bobot Dukungan

NBK = Nilai Bobot Keterkaitan

TNB = Total Nilai Bobot

FKK = Faktor Kunci Keberhasilan

Berdasarkan tabel 5.7 dari hasil perhitungan analisis medan kekuatan (FFA) mengenai penilaian faktor pendorong yang disajikan dapat diketahui Total Nilai Bobot (TNB) pada masing-masing faktor pendorong pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung. Pengembangan rumput laut di Desa Tanjung dapat ditentukan dengan melihat dari nilai Faktor Kunci Keberhasilan (FKK). Faktor pendorong yang memiliki nilai tertinggi yaitu faktor D2 (ketersediaan sarana prasarana rumput laut) dengan nilai TNB sebesar 1,31. Nilai TNB tersebut dikategorikan tinggi sehingga faktor ketersediaan sarana prasarana rumput laut mempengaruhi budidaya rumput laut sebagai faktor pendorong.

Tabel 5.8 Rata-rata Faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Faktor Penghambat	BF	ND	NRK	NBK	TNB	FKK
1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit	0,16	3,75	2,77	0,46	1,07	3
2	Harga rumput laut fluktuatif	0,15	3,75	2,75	0,41	0,97	4
3	Terbatasnya modal milik sendiri	0,18	4	2,75	0,49	1,21	1*
4	Keterbatasan informasi pasar	0,13	3	2,68	0,36	0,76	6
5	Cuaca yang tidak menentu	0,21	3	2,41	0,50	1,13	2
6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering	0,16	3	2,64	0,43	0,93	5
						6,05	

Sumber : Data Primer Diolah tahun 2016 (Lampiran 14.3)

Keterangan:

*) = Prioritas Faktor Kunci Keberhasilan (FKK)

BF = Bobot Faktor

ND = Nilai Dukungan

NRK = Nilai Rata-rata Keterkaitan

NBD = Nilai Bobot Dukungan

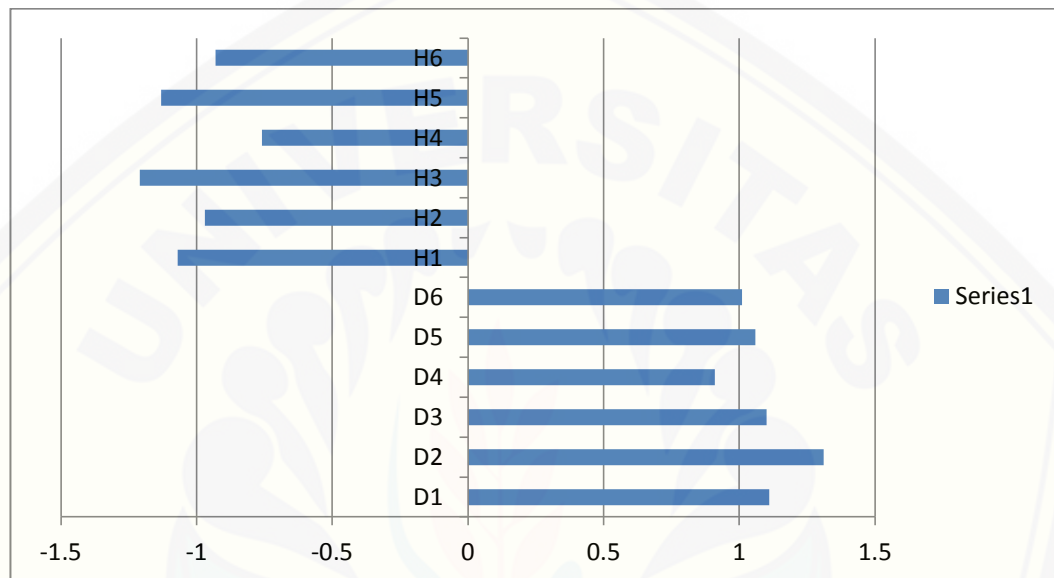
NBK = Nilai Bobot Keterkaitan

TNB = Total Nilai Bobot

FKK = Faktor Kunci Keberhasilan

Berdasarkan tabel 5.8 dari hasil perhitungan analisis medan kekuatan (FFA) mengenai penilaian faktor penghambat yang disajikan dapat diketahui Total Nilai Bobot (TNB) pada masing-masing faktor penghambat pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung. Pengembangan rumput laut di Desa Tanjung dapat ditentukan dengan melihat dari nilai Faktor Kunci Keberhasilan (FKK). Faktor penghambat yang memiliki nilai tertinggi yaitu terdapat pada faktor H3 (terbatasnya modal milik sendiri) yaitu sebesar 1,21. Petani rumput laut di Desa Tanjung sebagian besar mengalami terbatasnya modal untuk membudidayakan rumput laut, sehingga sebagian petani meminjam modal kepada pedagang pengepul untuk dijadikan modal budidaya rumput laut. namun, hasil panen rumput laut akan diserahkan kepada pedagang pengepul yang sudah memberikan pinjaman modal kepada petani.

Nilai-nilai setiap faktor pada kolom TNB dapat dilihat pada tabel rata-rata faktor pendorong dan faktor penghambat dapat digambarkan dalam bentuk diagram medan kekuatan pengembangan rumput laut di Desa Tanjung. Adapun medan kekuatan dari kedua faktor pendorong dan faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat dilihat pada Gambar 5.2.



Gambar 5.2 Analisis Medan Kekuatan Budidaya Rumput Laut di Dea Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Berdasarkan gambar 5.2 nilai kekuatan faktor pendorong dan faktor penghambat usaha budidaya rumput laut ditunjukkan dalam total nilai bobot (TNB) pada tabel rata-rata faktor pendorong dan faktor penghambat pengembangan rumput laut. Berdasarkan medan kekuatan diatas menunjukkan bahwa faktor pendorong tertinggi adalah ketersediaan sarana prasarana rumput laut dan faktor penghambat yaitu terbatasnya modal milik sendiri Jumlah nilai TNB pada faktor pendorong adalah sebesar 6,51 sedangkan untuk jumlah faktor penghambat yaitu sebesar 6,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari faktor pendorong lebih besar dibandingkan dengan nilai TNB pada faktor penghambat. Hal ini menunjukkan bahwa budidaya rumput laut di Desa Tanjung memiliki peluang untuk berkembang serta memiliki keunggulan untuk meningkatkan pemasaran.

Selain diketahui arah pada pemasaran rumput laut, hal selanjutnya yaitu menentukan rekomendasi kebijakan yang sesuai dengan hasil Faktor Kunci Keberhasilan (FKK). Rekomendasi kebijakan ini merupakan cara yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui rekomendasi kebijakan yang sesuai, maka nantinya dapat memperbaiki keadaan dan tepat pada sasaran. Berdasarkan analisis FFA (*Force Field Analysis*) di atas, maka rekomendasi kebijakan yang efektif adalah dengan mengoptimalkan faktor pendorong dan meminimalisir faktor penghambat ke arah tujuan yang ingin dicapai. Pendekatan tersebut merupakan pendekatan strategi fokus.

Strategi fokus pada hasil analisis FFA (*Force Field Analysis*) sesuai dengan Gambar 5.2 dapat dirumuskan bahwa kekuatan atau pendorong kunci yang telah dipilih difokuskan ke arah tujuan yang telah ditetapkan yaitu pada pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Selain itu, dalam suatu usaha juga harus memperhatikan faktor penghambat agar dapat meminimalisir adanya faktor penghambat yang telah ada. Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) pendorong yang tertinggi adalah ketersediaan sarana prasarana rumput laut di Desa Tanjung. Faktor pendorong tersebut dapat dijadikan sebagai kekuatan untuk tetap melakukan budidaya rumput laut dan meningkatkan produksi rumput laut dalam pemasaran rumput laut. Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) penghambat yaitu terbatasnya modal milik sendiri. Fokusnya adalah melakukan kerjasama antar petani rumput laut dengan lembaga keuangan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara: (1) Peminjaman modal kepada lembaga keuangan untuk meningkatkan permodalan terkait sarana produksi untuk bisa melakukan budidaya rumput laut (2) Ketersediaan modal dalam pengembangan usaha akan dapat meningkatkan kinerja dan produktifitas usaha (3) Melakukan koordinasi antar kelompok tani untuk mengajukan bantuan modal untuk pengembangan rumput laut..

Adapun solusi bermanfaat untuk mengurangi faktor penghambat pada pengembangan rumput laut di Desa Tanjung, sehingga dapat menyelesaikan masalah dalam pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan areal budidaya rumput laut serta penggantian bibit baru

Perumusan strategi dilakukan dengan tujuan untuk mengoptimalkan faktor pendorong dan faktor penghambat. Strategi yang diperlukan dengan cara mengoptimalkan faktor pendorong yang ada dalam pemasaran rumput laut di Desa Tanjung yaitu mengoptimalkan lingkungan atau areal budidaya rumput laut dengan baik dan benar, dikarenakan lingkungan rumput laut di Desa Tanjung arealnya terbatas. Oleh sebab itu, metode yang digunakan petani rumput laut yaitu menggunakan metode rakit karena lebih leluasa untuk berpindah tempat. Dengan mengoptimalkan areal budidaya rumput laut maka akan berpengaruh terhadap periode pemeliharaan yang singkat serta memperoleh teknik budidaya yang mudah. Untuk meminimalisir faktor pendorong yaitu terjadinya cuaca yang tidak menentu serta gelombang yang cukup besar sehingga dilakukan dengan cara mengoptimalkan areal budidaya rumput laut. Kualitas rumput laut yang bagus bisa dijadikan bibit untuk penanaman rumput laut selanjutnya. Bibit yang sudah rusak akibat serangan hama atau penyakit bisa langsung diganti dengan menggunakan bibit yang baru serta kualitas yang bagus pula. Lingkungan yang cocok untuk budidaya rumput laut juga akan membuat pertumbuhan rumput laut berkembang sehingga perlu menjaga kualitas rumput laut agar harga rumput laut bisa menyesuaikan dengan kualitas rumput laut.

2. Memperluas jaringan pemasaran

Strategi pengembangan digunakan untuk memaksimalkan faktor pendorong dan meminimalkan faktor penghambat sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan yaitu dengan cara memperluas jaringan pemasaran. Pemasaran merupakan tujuan utama dalam kegiatan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Pengembangan pemasaran rumput laut akan berjalan dengan baik apabila mampu menekan seluruh faktor-faktor penghambat yang ada di dalam pemasaran rumput laut. Strategi ini bertujuan untuk menghindari terjadinya persaingan pasar. Apabila petani memiliki jaringan pemasaran yang luas, maka petani tidak hanya menjual hasil panen kepada pedagang pengepul, petani dapat menjualnya ke pedagang besar yang dapat memberikan harga jual yang lebih tinggi. Selain itu, dengan memperluas jaringan

informasi pasar dapat memberitahukan kepada petani tentang perkembangan harga rumput laut yang sedang berlaku. Pembentukan kemitraan petani rumput laut dengan perusahaan untuk memperluas jaringan distribusi.

3. Peningkatan keterampilan teknis budidaya serta mutu produk rumput laut

Strategi pengembangan digunakan untuk memaksimalkan faktor pendorong dan meminimalkan faktor penghambat yaitu dengan melakukan penyuluhan serta pembinaan agar petani rumput laut dapat mengetahui informasi terkait pascapanen maupun teknik budidaya yang benar. Adanya dukungan pemerintah juga sangat dibutuhkan dalam pengembangan rumput laut di Desa Tanjung. Peran pemerintah sangat penting dalam memberi kebijakan, informasi, teknologi, serta sarana pendukung lainnya. Pemerintah melalui dinas terkait hendaknya dapat melakukan penyuluhan dan pelatihan agar petani dapat menambah wawasan. Penyuluhan dibutuhkan sebagai media dari pemerintah melalui dinas perikanan dan kelautan.

Berdasarkan penjelasan mengenai strategi yang dilakukan untuk pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep dapat disimpulkan bahwa strategi fokus yaitu antara lain melakukan kerjasama antar petani rumput laut dengan lembaga keuangan dengan cara peminjaman modal kepada lembaga keuangan untuk meningkatkan permodalan terkait sarana produksi. Adapun solusi untuk mengurangi faktor penghambat dalam pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep yaitu dengan cara mengoptimalkan areal budidaya rumput laut serta penggantian bibit baru, memperluas jaringan pemasaran, dan peningkatan keterampilan teknis budidaya serta mutu produk rumput laut

BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

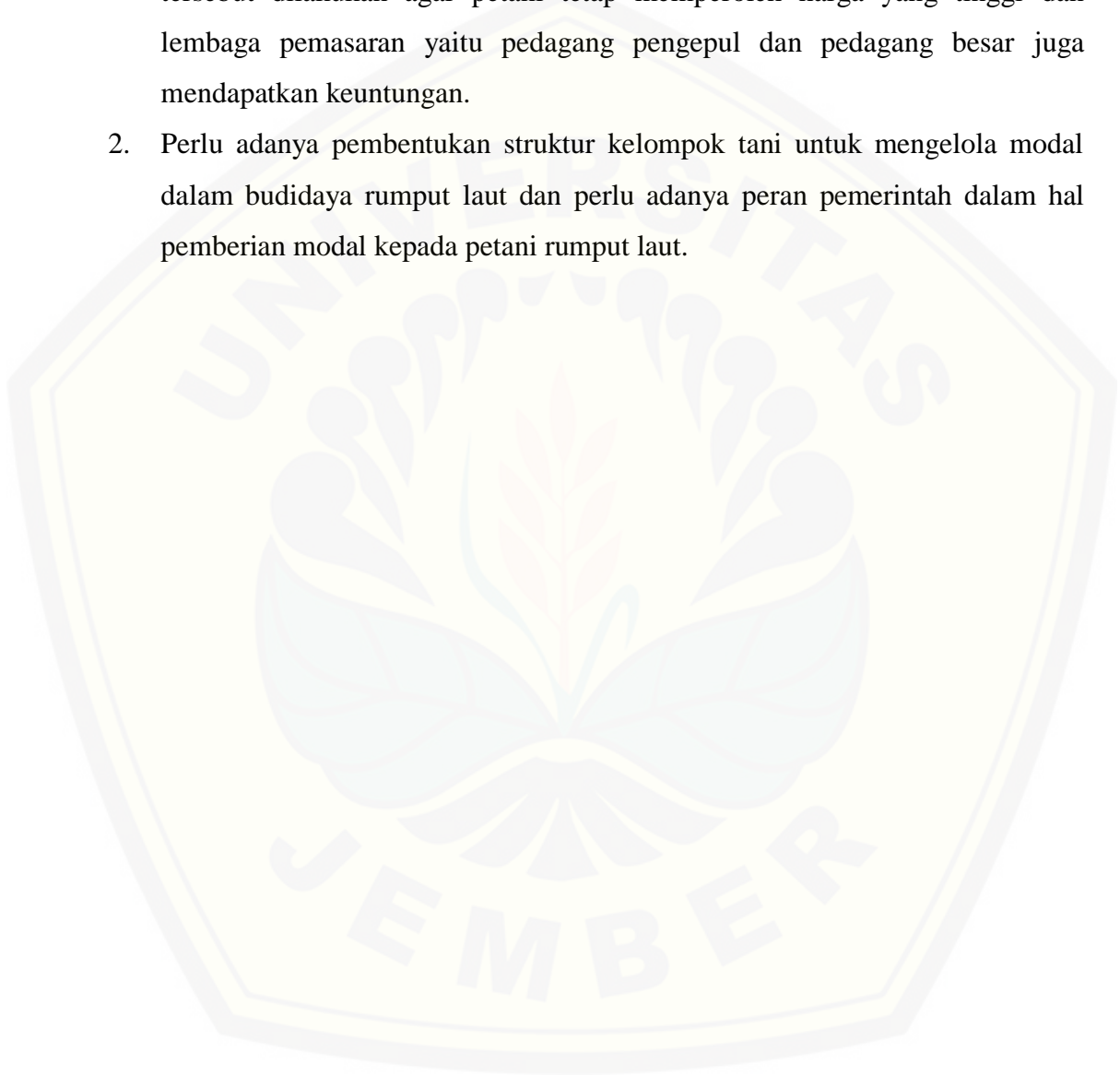
Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemasaran rumput laut yang berada di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep melibatkan lembaga pemasaran yaitu petani, pedagang pengepul, pedagang besar dan pabrik.
 - a. Struktur pasar di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna cenderung mengarah ke pasar oligopsoni.
 - b. Perilaku pasar dapat dilihat dari masing-masing tingkat pasar dari strategi penentuan harga yang didominasi oleh pedagang perantara dan kerjasama antar lembaga pemasaran. Jenis kerjasama yang terbentuk antar lembaga pemasaran yaitu melalui kerjasama dalam hal permodalan, kerjasama dalam menyalurkan produk hingga sampai ke pabrik.
 - c. Keragaan pasar dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Margin pemasaran yang melibatkan lembaga pemasaran yaitu petani - pedagang pengepul - pedagang besar - pabrik sebesar Rp 895/kg untuk efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Tanjung sebesar 4,87% dikatakan sudah efisien.
2. Pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep memiliki beberapa faktor pendorong dan faktor penghambat. Faktor pendorong yang memiliki nilai tertinggi yaitu faktor D2 (ketersediaan sarana prasarana rumput laut) dengan nilai TNB sebesar 1,31. Sedangkan Faktor penghambat yang memiliki nilai tertinggi yaitu terdapat pada faktor H3 (terbatasnya modal milik sendiri) yaitu sebesar 1,21. Strategi yang dapat dilakukan yaitu melakukan kerjasama antar petani rumput laut dengan lembaga keuangan seperti koperasi untuk kebutuhan petani dalam hal peminjaman modal.

6.2 Saran

Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep antara lain :

1. Perlu adanya kerjasama dengan cara memberikan informasi terkait harga, hal tersebut dilakukan agar petani tetap memperoleh harga yang tinggi dan lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul dan pedagang besar juga mendapatkan keuntungan.
2. Perlu adanya pembentukan struktur kelompok tani untuk mengelola modal dalam budidaya rumput laut dan perlu adanya peran pemerintah dalam hal pemberian modal kepada petani rumput laut.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Arsyad, lincoln. 1996. *Ekonomi Manajerial Ekonomi Mikro Terapan Untuk Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: BPF
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep. 2015. *Kabupaten Sumenep Dalam Angka 2015*. Sumenep : BPS Sumenep.
- Bhakti. 2014. Analisis Kondisi Pemasaran Rumput Laut *Gracilaria sp* Dengan Pendekatan SCP di Kabupaten Luwu. Diterbitkan. Skripsi. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Direktorat Jendral Perikanan Budidaya 2013. 2013. *Data Statistik Series Produksi Perikanan Budidaya Indonesia*. [Serial Online] http://www.djpb.kkp.go.id/index.php/arsip/c/208/datastatistik-series-produksi-perikananbudidayaindonesia/?category_id=35 (Diakses tanggal 6 Desember 2015).
- Direktorat Jendral Perikanan Budidaya. 2013. *Produksi Rumput Laut di Jawa Timur tahun 2013*. Jawa Timur: DJPB.
- Firdaus, Muhammad. 2008. *Manajemen Agrbisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Gilarso, T. 2004. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Kanisius
- Gitosudarmo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF.
- Harifuddin. 2011. Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep. *Jurnal Agribisnis*, Vol. 10(3): 38-48.
- Hariyati, Yuli. 2007. *Ekonomi Mikro "Pendekatan Matematis dan Grafis"*. Jember: CCS.
- Hidayati, Asri. 2000. Analisis Kinerja Sistem Pemasaran Dan Lembaga Penunjang Pemasaran Kaitannya Dengan Pengembangan Produksi Rumput Laut Di Kabupaten Lombok. Diterbitkan. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Hidayati, Wiwiek. 2009. Analisis Struktur, Perilaku dan Keragaan Pasar Rumput laut *Eucheuma cottonii*: Kasus di Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan. Diterbitkan. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Indriani. 1999. *Budidaya, Pengolahan, dan Pemasaran Rumput Laut*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Jaya, Wihana Kirana. 2008. *Ekonomi Industri*. Yogyakarta: BPF.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2014. *Laporan Kinerja Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2010-2014*. Jakarta: KKP

- Kementerian Perdagangan. 2013. "Rumput Laut Indonesia" Jakarta: Warta Ekspor
- Kementrian Kelautan dan Perikanan. 2013. *Statistik Perikanan Budidaya Laut* [Serial Online] <http://statistik.kkp.go.id/> (Diakses tanggal 6 Desember 2015).
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2013. Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 35/KEPMEN-KP/2013 tentang Penetapan Kawasan Minapolitan. Jakarta: KKP.
- Kementrian perdagangan RI. 2013. *Market Brief "Potensi ekspor produk rumput laut di pasar Thailand"*. Thailand.
- Kordi, M. Ghufuran. 2010. Budidaya Biota Akuatik untuk pangan, kosmetik, dan obat-obatan. Yogyakarta: ANDI.
- Kuntadi, Ebban Bagus. 2007. Kaian Tataniaga Beras dan Fluktuasi Harga di Kabupaten Jember. *Jurnal J-SEP*, 1 (1): 13-21.
- Lasabuda, Ridwan. 2013. Pengembangan Wilayah Pesisir dan Lautan dalam Perspektif Negara Kepulauan Republik Indonesia. *Jurnal Ilmiah Platax*, 1(2) : 92-101.
- Maftuhah dan Amanatuz Zuhriyah. 2012. Kajian Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma Cottoni*) (Studi Kasus Desa Tanjung, Pademawu, Pamekasan). *Agriekonomika*, Vol. 1 (2): 103-116.
- Mahayana. 2012. Tataniaga Rumput Laut Di Desa Kutuh Dan Kelurahan Benoa, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Diterbitkan. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Maulidah, Silvana. 2010. Struktur Pasar Minyak Kayu Putih (*Melaleuca Leucadendron Oil*) (Studi Kasus di Kecamatan Namlea Kabupaten Buru-Maluku). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 5(1): 9-13.
- Nazir. 2003. *Metodologi Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Ngamel, Kartika dan Ida I Dewa Ayu Raka Susanty. 2013. Peranan Sektor Kelautan Dan Perikanan Dalam Pembangunan Wilayah Kota Tual, Provinsi Maluku. *Jurnal Sains Terapan*, 3 (1) : 69 – 81.
- Nugroho, Estu., dan Endhay Kusnender. 2015. *Agribisnis rumput Laut*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Nurdjana. 2010. *Program Peningkatan Produksi Perikanan tahun 2010-2014 Dalam Rangka Feed The World*. Jakarta.
- Nurmala, Rodjak, Natasasmita, Salim, Sendajaja, Hasani, Suyono, Suganda, Simarmata, Yuwariyah, dan Wiyono. 2012. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pappas, James L dan Hirschey, Mark. *Ekonomi Manajerial*. Alih bahasa oleh Daniel Wirajaya. 1995. (Edisi Keenam). Jakarta: Binarupa Aksara.

- Peranginangin, Rosmawaty. 2013. *Memproduksi Kerajinan dari Rumput laut*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Prasetyo, Suseno Budi. 2008. Analisis Efisiensi Distribusi Pemasaran Produk Dengan Metode Data Envelopment Analysis (Dea). *Jurnal Penelitian Ilmu Teknik*, Vol.8 (2): 120-128.
- Puspitaningsih. 2012. *Mengenal Ekosistem Laut dan Pesisir*. Jawa Barat: Pustaka Sains.
- Putri., Wuryaningsih., dan Novi Rosanti. 2014. Analisis Pendapatan Dan Strategi Pengembangan Budidaya Rumput Laut Di Pulau Pahawang Kecamatan Punduh Pidada Kabupaten Pesawaran. *Jurnal JIIA*, Vol (2)1: 57-63.
- Rahanjani. 2014. "Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Usahatani Rumput Laut (*Eucheuma cottonii* sp.) di Kabupaten Situbondo." Tidak Diterbitkan. Skripsi. Jember: Universitas Jember.
- Raharto, Sugeng. 2007. Struktur, Perilaku dan Penampilan Pasar Tembakau Na-Oongst di Kabupaten Jember. *Jurnal J-SEP*, 1(1): 42-52.
- Salvatore, Dominick. 2003. *Managerial Economics dalam perekonomian global*. Jakarta: Eirlangga.
- Sianipar dan Entang. 2003. *Teknik-teknik Analisis Manajemen, Bahan Ajar Diklatpim Tingkat III*. Lembaga Administrasi Negara: Republik Indonesia.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Soetriono. 2006. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Malang : Bayumedia Publishing
- Sudiyono, Ahmad. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang : UMM Press.
- Sukirno. 2013. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sunarto. 2004. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Yogyakarta: AMUS.
- Widjajanta. 2007. *Mengasah Kemampuan Ekonomi*. Bandung: Citra Praya.
- Yogi. 2006. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta : Kencana.

Lampiran 1. Daftar Identitas Petani Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Desa	Umur (Tahun)	Pendidikan	Anggota Keluarga (Jiwa)	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Rakit	Luas Rakit (m ²)
1.	Zaipatmo	Tanjung	31	SD	3	12	8	720
2.	Surahmat	Tanjung	50	SD	6	22	10	900
3.	Suhari	Tanjung	45	SMP	4	17	8	720
4.	Abd. Manaf	Tanjung	54	SD	3	17	4	270
5.	Hawiyanto	Tanjung	43	SD	4	17	6	540
6.	Awam	Tanjung	40	SD	4	17	6	540
7.	Hakip	Tanjung	58	SD	4	15	6	540
8.	Atro	Tanjung	48	-	4	15	7	630
9.	Sujano	Tanjung	56	SD	4	12	5	450
10.	Moh. Anwar	Tanjung	58	SD	5	15	6	540
11.	Retno Susanto	Tanjung	30	SMP	3	10	4	360
12.	Fikar Yono	Tanjung	45	SD	4	14	8	720
13.	Pathor	Tanjung	47	SD	4	15	6	540
14.	Surahmat	Tanjung	45	SD	4	15	7	630

Lanjutan Lampiran 1. Daftar Identitas Petani Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Desa	Umur (Tahun)	Pendidikan	Anggota Keluarga (Jiwa)	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Rakit	Luas Rakit (m ²)
15.	Ratno	Tanjung	40	SD	3	12	3	270
16.	Sunaryo	Tanjung	40	-	4	12	6	540
17.	Bunadin	Tanjung	46	SD	4	12	6	540
18.	Sudiyarto	Tanjung	50	SD	3	15	5	450
19.	Suhartono	Tanjung	43	SD	4	10	4	360
20.	Abdullah	Tanjung	37	SMA	3	17	7	630
21.	Abu Bakar	Tanjung	41	SMP	4	15	6	540
22.	Samsul Arifin	Tanjung	45	-	4	15	6	540
23.	Sumarto	Tanjung	43	SD	4	10	7	630
24.	Busahwi	Tanjung	52	SMP	3	12	4	360
25.	Patwi	Tanjung	40	SD	3	15	4	360
26.	Suno	Tanjung	50	SD	4	15	6	540
27.	Encung	Tanjung	59	SD	5	15	9	810
28.	Conginik	Tanjung	48	SD	3	15	6	540
29.	Marsuki	Tanjung	45	SMA	3	17	7	630
30.	Sunandar	Tanjung	59	SD	5	10	7	630
31.	Khairuddin	Tanjung	43	SD	4	17	6	540

Lanjutan Lampiran 1. Daftar Identitas Petani Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Desa	Umur (Tahun)	Pendidikan	Anggota Keluarga (Jiwa)	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Rakit	Luas Rakit (m ²)
32.	Sunanto	Tanjung	52	SMP	4	12	8	720
33.	Masnito	Tanjung	43	SD	3	15	4	360
34.	Haryono	Tanjung	45	SD	4	14	4	360
35.	Misnatun	Tanjung	41	-	4	15	10	900
36.	Safi'i	Tanjung	38	SMP	4	15	6	540
37.	Napsa	Tanjung	45	SMP	4	17	6	540
38.	Sunandar	Tanjung	43	SD	4	15	9	810
39.	Abd. Rasyid	Tanjung	48	SD	3	15	6	540
40.	Sukandar	Tanjung	41	SD	3	15	4	360
41.	Jupri	Tanjung	40	SMA	4	12	7	630
42.	Suhari	Tanjung	42	SD	4	12	4	360
43.	Hartono	Tanjung	35	SD	3	15	4	360
44.	Suharyoto	Tanjung	40	SMP	4	12	7	630
45.	Haluki	Tanjung	42	SD	4	12	4	360
Jumlah			2026		171	643	273	24.480
Rata-rata			40		3,8	14	6,07	544

Lampiran 2. Pemasaran Rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Luas Rakit (m ²)	Produksi Kering (Kg)	Harga Jual (Rp)	Tujuan Penjualan	Penentuan harga
1.	Zaipatmo	720	250	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
2.	Surahmat	900	600	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
3.	Suhari	720	300	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
4.	Abd. Manaf	270	300	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
5.	Hawiyanto	540	300	8.200	Ped. Pengepul (Hj.Asbiani)	Pedagang Pengepul
6.	Awam	540	306	8.300	Ped. Pengepul (Tohari)	Pedagang Pengepul
7.	Hakip	540	300	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
8.	Atro	630	320	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
9.	Sujano	450	300	8.200	Ped. Pengepul (Hj.Asbiani)	Pedagang Pengepul
10.	Moh. Anwar	540	450	8.200	Ped. Pengepul (Hj.Asbiani)	Pedagang Pengepul
11.	Retno Susanto	360	300	8.200	Ped. Pengepul (Hj.Asbiani)	Pedagang Pengepul
12.	Fikar Yono	720	500	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
13.	Pathor	540	280	8.300	Ped. Pengepul (Tohari)	Pedagang Pengepul
14.	Surahmat	630	304	8.300	Ped. Pengepul (Tohari)	Pedagang Pengepul

Lanjutan Lampiran 2. Pemasaran Rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Luas Rakit (m ²)	Produksi Kering (Kg)	Harga Jual (Rp)	Tujuan Penjualan	Penentuan harga
15.	Ratno	270	300	8.300	Ped. Pengepul (Ida)	Pedagang Pengepul
16.	Sunaryo	540	450	8.300	Ped. Pengepul (Ida)	Pedagang Pengepul
17.	Bunadin	540	300	8.300	Ped. Pengepul (Ida)	Pedagang Pengepul
18.	Sudiyarto	450	300	8.300	Ped. Pengepul (Ida)	Pedagang Pengepul
19.	Suhartono	360	206	8.300	Ped. Pengepul (Ida)	Pedagang Pengepul
20.	Abdullah	630	450	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
21.	Abu Bakar	540	300	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
22.	Samsul Arifin	540	300	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
23.	Sumarto	630	300	8.300	Ped. Pengepul (Hapid)	Pedagang Pengepul
24.	Busahwi	360	240	8.300	Ped. Pengepul (Hapid)	Pedagang Pengepul
25.	Patwi	360	300	8.300	Ped. Pengepul (Hapid)	Pedagang Pengepul
26.	Suno	540	300	8.300	Ped. Pengepul (Hapid)	Pedagang Pengepul
27.	Encung	810	600	8.300	Ped. Pengepul (Ida)	Pedagang Pengepul
28.	Conginik	540	300	8.300	Ped. Pengepul (Ida)	Pedagang Pengepul
29.	Marsuki	630	450	8.300	Ped. Pengepul (Ida)	Pedagang Pengepul
30.	Sunandar	630	450	8.300	Ped. Pengepul (Ida)	Pedagang Pengepul
31.	Khairuddin	540	300	8.200	Ped. Pengepul (Hj.Asbiani)	Pedagang Pengepul

Lanjutan Lampiran 2. Pemasaran Rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Luas Rakit (m ²)	Produksi Kering (Kg)	Harga Jual (Kg/Rp)	Tujuan Penjualan	Penentuan harga
32.	Sunanto	720	450	8.300	Ped. Pengepul (Tohari)	Pedagang Pengepul
33.	Masnito	360	300	8.300	Ped. Pengepul (Tohari)	Pedagang Pengepul
34.	Haryono	360	300	8.300	Ped. Pengepul (Tohari)	Pedagang Pengepul
35.	Misnatun	900	450	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
36.	Safi'i	540	300	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
37.	Napsa	540	400	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
38.	Sunandar	810	220	8.300	Ped. Pengepul (Hapid)	Pedagang Pengepul
39.	Abd. Rasyid	540	300	8.300	Ped. Pengepul (Hapid)	Pedagang Pengepul
40.	Sukandar	360	300	8.300	Ped. Pengepul (Tohari)	Pedagang Pengepul
41.	Jupri	630	340	8.300	Ped. Pengepul (Tohari)	Pedagang Pengepul
42.	Suhari	360	210	8.200	Ped. Pengepul (Hj. Asbiani)	Pedagang Pengepul
43.	Hartono	360	380	8.200	Ped. Pengepul (Hj. Asbiani)	Pedagang Pengepul
44.	Suharyoto	630	300	8.200	Ped. Pengepul (Hj. Asbiani)	Pedagang Pengepul
45.	Haluki	360	300	8.300	Ped. Pengepul (Yono)	Pedagang Pengepul
Jumlah		24.480	15.206	372.700		
Rata-rata		544	338	8.280		

Lampiran 3.1 Daftar Identitas Pedagang Pengepul pada Pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Umur (Tahun)	Alamat	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Tujuan Pemasaran
1.	Aida Rofiyanti	40	Tanjung	SMA	4	Pedagang Besar
2.	Sumaryono	41	Tanjung	SMP	6	Pedagang Besar
3.	Hj. Asbiani	60	Tanjung	SD	15	Pedagang Besar
4.	Tohari	40	Tanjung	SMP	6	Pedagang Besar
5.	Hapid	38	Tanjung	SD	6	Pedagang besar

Lampiran 3.2 Pemasaran Pedagang Pengepul pada Pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Pembelian		Lembaga Pemasaran Tujuan	Pemasaran	
		Asal Pembelian	Harga (Rp/Kg)		Harga (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)
1.	Aida Rofiyanti	Petani	8.300	Ped. Besar (Hamdan)	8.600	2000
2.	Sumaryono	Petani	8.300	Ped. Besar (H.Hindun)	8.700	2000
3.	Hj. Asbiani	Petani	8.200	Ped. Besar (Hamdan)	8.600	1500
4.	Tohari	Petani	8.300	Ped. Besar (Beni)	8.600	2000
5.	Hapid	Petani	8.300	Ped. Besar (Junaidi)	8.600	1500
Jumlah			41.400		43.100	9000
Rata-rata			8.280		8.620	

Lampiran 3.3 Biaya Pemasaran Pedagang Pengepul pada Pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep Saluran Pemasaran (Petani-Pedagang Pengepul-Pedagang Besar-Pabrik)

No.	Nama	Biaya Pemasaran		
		Transportasi (Rp/kg)	Bongkar Muatan (Rp/kg)	Ongkos Timbang (Rp/Kg)
1.	Aida Rofiyanti	42,5	15	10
2.	Sumaryono	50	15	10
3.	Hj. Asbiani	42,5	10	10
4.	Tohari	40	10	10
5.	Hapid	50	10	10
Jumlah		225	60	50
Rata-rata		45	12	10

Lampiran 4.1 Daftar Identitas Pedagang Besar pada Pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Umur (Tahun)	Alamat	Pendidikan	Pekerjaan	Pengalaman (Tahun)	Tujuan Pemasaran
1.	Junaidi	40	Bluto	SMP	Pedagang	20	Jakarta
2.	Hamdan	36	Bluto	SMA	Pedagang	25	Jakarta
3.	Hj.Hindun	51	Bluto	SD	Pedagang	20	Surabaya
4.	Beni	35	Bluto	SMP	Pedagang	19	Jakarta

Lampiran 4.2 Pemasaran Pedagang Besar pada Pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Nama	Pembelian		Pemasaran		
		Asal Pembelian	Harga (Rp/Kg)	Lembaga Pemasaran Tujuan	Harga (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (Kg)
1.	Junaidi	Pengepul	8.600	Pabrik Jakarta	9.300	22.000
2.	Hamdan	Pengepul	8.600	Pabrik Jakarta	9.200	16.000
3.	Hj.Hindun	Pengepul	8.700	Pabrik Surabaya	9.200	18.000
4.	Beni	Pengepul	8.600	Pabrik Jakarta	9.000	16.000

Lampiran 4.3 Biaya Pemasaran Pedagang Besar pada Pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep Saluran Pemasaran (Petani-Pedagang Pengepul-Pedagang Besar-Pabrik)

No.	Nama	Biaya Pemasaran			
		Transportasi (Rp/kg)	Bongkar Muatan (Rp/kg)	Ongkos Timbang (Rp/Kg)	Pengemasan (karung/kg)
1.	Junaidi	300	2,27	18,18	50
2.	Hamdan	343,75	2,27	18,18	50
3.	Hj.Hindun	250	2,27	18,18	50
4.	Beni	343,75	2,27	18,18	50
Jumlah		1237,5	9,08	72,72	200
Rata-rata		309,375	2,27	18,18	50

Lampiran 5. Fungsi pemasaran yang dilakukan Lembaga Pemasaran pada Pola Saluran Pemasaran Rumput Laut

Saluran Pemasaran dan lembaga pemasaran	Fungsi Pemasaran								
	Fungsi Pertukaran		Fungsi Fisis		Fungsi Penyediaan Fasilitas				
	Pembelian	Penjualan	Pengangkutan	Pengemasan	Informasi Pasar	Penanggungan Resiko	Pengumpulan	Penyediaan dana	Standarisasi
Saluran Pemasaran									
Petani	-	√	-	-	√	-	-	√	-
Pedagang Pengepul	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Pedagang Besar	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Pabrik	√	-	-	-	√	-		√	√

Lampiran 6.1 Analisis Margin Pemasaran, market share dan distribusi margin pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Jenis Lembaga	Harga Rp/Kg	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1.	Petani Rumput Laut	8.280	90,25			
2.	Pedagang Pengepul					
	a. Harga Beli	8.280				
	b. Biaya Transportasi	45		0,49		5,03
	c. Biaya Bongkar Muatan	12		0,13		1,34
	d. Biaya Ongkos Timbang	10		0,11		1,12
	e. Harga Jual	8.620				
	f. Keuntungan	293	3,19		32,74	
3.	Pedagang Besar					
	a. Harga Beli	8.620				
	b. Biaya Transportasi	309		3,37		34,57
	c. Biaya Bongkar Muatan	3		0,03		0,30
	d. Biaya pengemasan	50		0,55		5,58
	e. Biaya ongkos timbang	18		0,19		2,03
	f. Harga Jual	9.175				
	g. Keuntungan	175	1,90		19,55	
4.	Pabrik	9.175				
	Margin Pemasaran	895	95,3	4,77	52,29	49,97
	Total		100		100	

Lampiran 6.2. Analisis Nilai *share*, distribusi margin, dan margin pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep Pola Saluran Pemasaran (Petani-Pedagang Pengepul-Pedagang Besar-Pabrik)

- Share (Ski) = $(K_i/Pr) \times 100\%$
 - a. Petani Rumput Laut = $(8.280/9.175) \times 100\%$ = 90,25%
 - b. Pedagang Pengepul = $(293/9.175) \times 100\%$ = 3,19%
 - c. Pedagang Besar = $(175/9.175) \times 100\%$ = 1,90%
- Share (Sbi) = $(b_i/Pr) \times 100\%$

Pedagang Pengepul

 - a. Biaya Transportasi = $(45/9.175) \times 100\%$ = 0,49%
 - b. Biaya Bongkar Muatan = $(12/9.175) \times 100\%$ = 0,13%
 - c. Biaya Ongkos Timbang = $(10/9.175) \times 100\%$ = 0,11%

Pedagang Besar

 - a. Biaya Transportasi = $(309/9.175) \times 100\%$ = 3,37%
 - b. Biaya Bongkar Muatan = $(50/9.175) \times 100\%$ = 0,55%
 - c. Biaya Pengemasan = $(3/9.175) \times 100\%$ = 0,03%
 - d. Biaya Ongkos Timbang = $(18/9.175) \times 100\%$ = 0,19%
- DM (Ski) = $(K_i/MP) \times 100\%$
 1. Pedagang Pengepul = $(293/895) \times 100\%$ = 32,74%
 2. Pedagang Besar = $(175/895) \times 100\%$ = 19,55%
- DM (Sbi) = $(B_i/MP) \times 100\%$

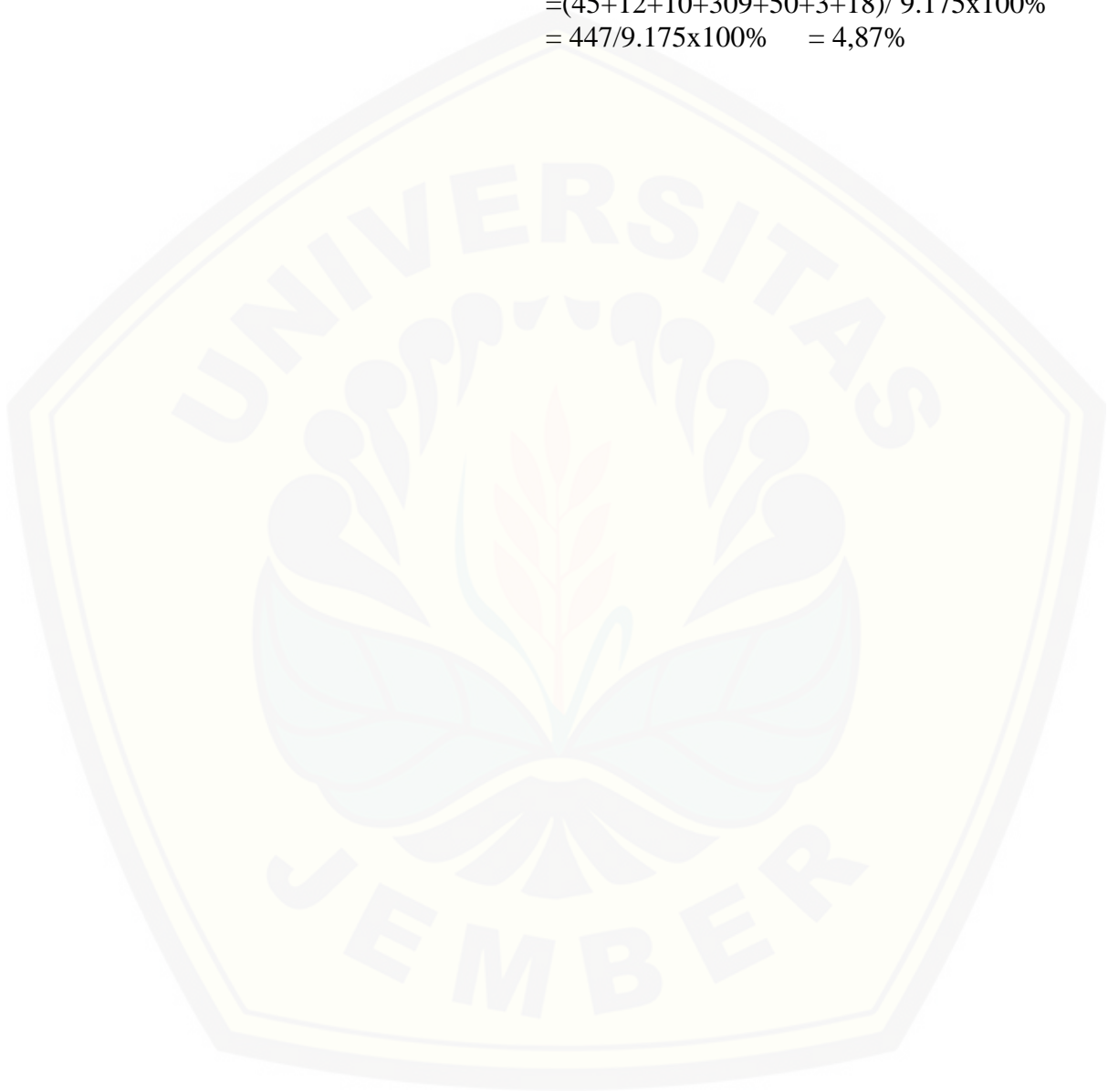
Pedagang Pengepul

 - a. Biaya Transportasi = $(45/895) \times 100\%$ = 5,03%
 - b. Biaya Bongkar Muatan = $(12/895) \times 100\%$ = 1,34%
 - c. Biaya Ongkos Timbang = $(10/895) \times 100\%$ = 1,12%

Pedagang Besar

 - a. Biaya Transportasi = $(309/895) \times 100\%$ = 34,57%
 - b. Biaya Bongkar Muatan = $(50/895) \times 100\%$ = 5,58%
 - c. Biaya Pengemasan = $(3/895) \times 100\%$ = 0,30%
 - d. Biaya Ongkos Timbang = $(18/895) \times 100\%$ = 2,03%

- Margin Pemasaran = Pr - Pf
= 9.175- 8.280
= 895
- Efisiensi Pemasaran (EP) = (TB/ TNP) x 100%
= Biaya pemasaran/Nilai produk yang dijual
x 100%
= (45+12+10+309+50+3+18)/ 9.175x100%
= 447/9.175x100% = 4,87%



Lampiran 7.1 Analisis Konsentrasi Pasar Petani Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Petani	Produksi (Kg)	Luas Rakit (m2)	Pangsa Pasar (%)
1.	Surahmat	600	900	3,94
2.	Encung	600	720	3,94
3.	Fikar Yono	500	720	3,28
4.	Abdullah	450	630	2,95
Jumlah		15.206		14,11

Berdasarkan hasil dari lapang, informasi pada tabel tersebut dapat dihitung nilai CR4 (*Consentration Ratio for The Biggest Four*) yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{CR4} &= S1 + S2 + S3 + S4 \\ &= 3,95 + 3,95 + 3,28 + 2,95 \\ &= 14,11 \text{ (Petani)} \end{aligned}$$

Lampiran 7.2 Analisis Konsentrasi Pasar Pedagang Pengepul Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Pedagang Pengepul	Penjualan (Kg)	Pangsa Pasar (%)
1.	Pak Yono	2.000	22,22
2.	Ibu Ida	2.000	22,22
3.	Hj. Asbiani	1.500	16,67
4.	Tohari	2.000	22,22
Jumlah		9.000	83,33

Berdasarkan hasil dari lapang, informasi pada tabel tersebut dapat dihitung nilai CR4 (*Consentration Ratio for The Biggest Four*) yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{CR4} &= S1 + S2 + S3 + S4 \\ &= 22,22 + 22,22 + 16,67 + 22,22 \\ &= 83,33\% \text{ (pedagang pengepul)} \end{aligned}$$

Lampiran 7.3 Analisis Konsentrasi Pasar Pedagang Besar Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No.	Pedagang Besar	Produk yang dibeli (ton)	Pangsa Pasar (%)
1.	Hamdan	22	30,56
2.	Junaidi	16	22,22
3.	Hj.Hindun	18	25
4.	Beni	16	22,22
Jumlah		72	100

Berdasarkan hasil dari lapang, informasi pada tabel tersebut dapat dihitung nilai CR4 (*Consentration Ratio for The Biggest Four*) yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{CR4} &= S1 + S2 + S3 + S4 \\ &= 30,56 + 22,22 + 25 + 22,22 \\ &= 100\% \text{ (Pedagang Besar)} \end{aligned}$$



Lampiran 8. Analisis *Minimum Efficiency Scale* (MES)

Output Pedagang Pengepul : 9.000 Kg

Output Pedagang Besar : 72.000 Kg

Total *Output* pasar : 81.000 Kg

- *Minimum Efficiency Scale* (MES) tingkat pedagang pengepul
- $$\text{MES} = \frac{\text{Penjualan Pedagang Terbesar}}{\text{Output pasar}} \times 100 = \frac{2000}{81.000} \times 100\%$$
$$= 2,41\%$$
- *Minimum Efficiency Scale* (MES) tingkat pedagang besar
- $$\text{MES} = \frac{\text{Penjualan Pedagang Terbesar}}{\text{Output pasar}} \times 100\% = \frac{22.000}{81.000} \times 100\%$$
$$= 27,16 \%$$

Lampiran 9. Identifikasi Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Tanjung Kabupaten Sumenep

No.	Faktor Pendorong	No.	Faktor Penghambat
D1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut	H1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit
D2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut	H2	Harga rumput laut fluktuatif
D3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat	H3	Terbatasnya modal milik sendiri
D4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul	H4	Keterbatasan informasi pasar
D5	Adanya permintaan rumput laut	H5	Cuaca yang tidak menentu
D6	Produk unggulan	H6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering

Lampiran 10. Komparasi Nilai Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep Berdasarkan Responden 1

Lampiran 10.1 Komparasi Nilai Faktor Pendorong dengan faktor Pendorong pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Pendorong	NU	ND	NK					
				Faktor Pendorong					
				D1	D2	D3	D4	D5	D6
D1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut	5	4		3	3	3	3	3
D2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut	4	4	3		3	3	4	3
D3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat	3	5	3	3		3	4	4
D4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul	4	3	3	3	3		3	4
D5	Adanya permintaan rumput laut	3	4	3	4	4	3		3
D6	Produk unggulan	3	4	3	3	4	4	3	

Lampiran 10.2 Komparasi Nilai Faktor Penghambat dengan Faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Penghambat	NU	ND	NK					
				Faktor Penghambat					
				H1	H2	H3	H4	H5	H6
H1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit	3	3		4	3	4	3	3
H2	Harga rumput laut fluktuatif	3	4	4		4	3	4	3
H3	Terbatasnya modal milik sendiri	3	5	3	4		3	3	2
H4	Keterbatasan informasi pasar	2	4	4	3	3		2	2
H5	Cuaca yang tidak menentu	3	3	3	4	3	2		3
H6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering	3	4	3	3	2	2	3	

Lampiran 10.3 Evaluasi Faktor Pendorong dan Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep (Responden 1)

No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK											TNK	NRK	NBK	TNB	
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat									
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5					H6
D1	5	0,23	23	4	0,91		3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	32	2,91	0,66	1,57
D2	4	0,18	18	4	0,73	3		3	3	4	3	2	4	4	2	2	1	31	2,82	0,51	1,24
D3	3	0,14	14	5	0,68	3	3		3	4	4	2	2	3	2	2	2	30	2,73	0,37	1,05
D4	4	0,18	18	3	0,55	3	3	3		3	4	2	3	3	2	2	2	30	2,73	0,50	1,04
D5	3	0,14	14	4	0,55	3	4	4	3		3	2	2	3	2	4	4	34	3,09	0,42	0,97
D6	3	0,14	14	4	0,55	3	3	4	4	3		2	2	1	3	2	3	30	2,73	0,37	0,92
	22	1,00	100	Total Nilai Faktor Pendorong														6,79			
No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK											TNK	NRK	NBK	TNB	
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat									
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5					H6
H1	3	0,18	18	3	0,53	3	2	2	2	2	2		4	3	4	3	3	30	2,73	0,48	1,01
H2	3	0,18	18	4	0,71	2	4	2	3	2	2	4		4	3	4	3	33	3,00	0,53	1,24
H3	3	0,18	18	5	0,88	3	4	3	3	3	1	3	4		3	3	2	32	2,91	0,51	1,40
H4	2	0,12	12	4	0,47	3	2	2	2	2	3	4	3	3		2	2	28	2,55	0,30	0,77
H5	3	0,18	18	3	0,53	2	2	2	2	4	2	3	4	3	2		3	29	2,64	0,47	0,99
H6	3	0,18	18	4	0,71	4	1	2	2	4	3	3	3	2	2	3		29	2,64	0,47	1,17
	17	1,00	100	Total Nilai Faktor Penghambat														6,58			

Lampiran 11. Komparasi Nilai Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep Berdasarkan Responden 2

Lampiran 11.1 Komparasi Nilai Faktor Pendorong dengan faktor Pendorong pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Pendorong	NU	ND	NK					
				Faktor Pendorong					
				D1	D2	D3	D4	D5	D6
D1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut	3	3		3	4	3	3	4
D2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut	4	4	3		3	3	4	3
D3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat	3	5	4	3		3	2	3
D4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul	5	3	3	3	3		3	3
D5	Adanya permintaan rumput laut	3	3	3	4	2	3		3
D6	Produk unggulan	4	4	4	3	3	3	3	

Lampiran 11.2 Komparasi Nilai Faktor Penghambat dengan faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Penghambat	NU	ND	NK					
				Faktor Penghambat					
				H1	H2	H3	H4	H5	H6
H1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit	3	3		4	2	4	3	4
H2	Harga rumput laut fluktuatif	3	3	4		4	4	2	2
H3	Terbatasnya modal milik sendiri	3	4	2	4		2	3	2
H4	Keterbatasan informasi pasar	2	3	4	4	2		2	3
H5	Cuaca yang tidak menentu	3	3	3	2	3	2		2
H6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering	3	4	4	2	2	3	2	

Lampiran 11.3 Evaluasi Faktor Pendorong dan Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep (Responden 2)

No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK												TNK	NRK	NBK	TNB
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat									
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5	H6				
D1	3	0,14	14	3	0,41		3	4	3	3	4	3	2	2	3	1	3	31	2,82	0,38	0,79
D2	4	0,18	18	4	0,73	3		3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	31	2,82	0,51	1,24
D3	3	0,14	14	5	0,68	4	3		3	2	3	2	2	3	2	1	3	28	2,55	0,35	1,03
D4	5	0,23	23	3	0,68	3	3	3		3	3	2	3	3	2	2	2	29	2,64	0,60	1,28
D5	3	0,14	14	3	0,41	3	4	2	3		3	2	2	3	2	4	4	32	2,91	0,40	0,81
D6	4	0,18	18	4	0,73	4	3	3	3	3		2	2	3	2	3	3	31	2,82	0,51	1,24
	22	1,00	100	Total Nilai Faktor Pendorong															6,39		
No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK												TNK	NRK	NBK	TNB
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat									
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5	H6				
H1	3	0,18	18	3	0,53	3	3	2	2	2	2		4	2	4	3	4	31	2,82	0,50	1,03
H2	3	0,18	18	3	0,53	2	2	2	3	2	2	4		4	4	2	2	29	2,64	0,47	0,99
H3	3	0,18	18	4	0,71	2	2	3	3	3	3	2	4		2	3	2	29	2,64	0,47	1,17
H4	2	0,12	12	3	0,35	3	3	2	2	2	2	4	4	2		2	3	29	2,64	0,31	0,66
H5	3	0,18	18	3	0,53	1	2	1	2	4	3	3	2	3	2		2	25	2,27	0,40	0,93
H6	3	0,18	18	4	0,71	3	3	3	2	4	3	4	2	2	3	2		31	2,82	0,50	1,20
	17	1,00	100	Total Nilai Faktor Penghambat															5,99		

Lampiran 12. Komparasi Nilai Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep Berdasarkan Responden 3

Lampiran 12.1 Komparasi Nilai Faktor Pendorong dengan faktor Pendorong pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Pendorong	NU	ND	NK					
				Faktor Pendorong					
				D1	D2	D3	D4	D5	D6
D1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut	3	3		3	4	4	3	4
D2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut	4	3	3		3	3	4	3
D3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat	3	4	4	3		5	4	4
D4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul	2	3	4	3	5		3	5
D5	Adanya permintaan rumput laut	3	5	3	4	4	3		3
D6	Produk unggulan	2	3	4	3	4	5	3	

Lampiran 12.2 Komparasi Nilai Faktor Penghambat dengan faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Penghambat	NU	ND	NK					
				Faktor Penghambat					
				H1	H2	H3	H4	H5	H6
H1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit	2	5		4	2	4	3	3
H2	Harga rumput laut fluktuatif	2	4	4		3	2	3	2
H3	Terbatasnya modal milik sendiri	3	4	2	3		3	3	2
H4	Keterbatasan informasi pasar	2	2	4	2	3		2	3
H5	Cuaca yang tidak menentu	4	3	3	3	3	2		3
H6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering	3	2	3	2	2	3	3	

Lampiran 12.3 Evaluasi Faktor Pendorong dan Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep (Responden 3)

No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK												TNK	NRK	NBK	TNB
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat									
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5	H6				
D1	3	0,18	18	3	0,53		3	4	4	3	4	2	3	2	3	2	4	34	3,09	0,55	1,07
D2	4	0,24	24	3	0,71	3		3	3	4	3	1	2	2	3	2	2	28	2,55	0,60	1,30
D3	3	0,18	18	4	0,71	4	3		5	4	4	2	2	2	3	1	2	32	2,91	0,51	1,22
D4	2	0,12	12	3	0,35	4	3	5		3	5	1	2	3	1	2	2	31	2,82	0,33	0,68
D5	3	0,18	18	5	0,88	3	4	4	3		3	2	2	3	3	2	2	31	2,82	0,50	1,38
D6	2	0,12	12	3	0,35	4	3	4	5	3		2	2	2	3	2	3	33	3,00	0,35	0,71
	17	1,00	100	Total Nilai Faktor Pendorong															6,37		
No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK												TNK	NRK	NBK	TNB
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat									
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5	H6				
H1	2	0,13	13	5	0,63	2	1	2	1	2	2		4	2	4	3	3	26	2,36	0,30	0,92
H2	2	0,13	13	4	0,50	3	2	2	2	2	2	4		3	2	3	2	27	2,45	0,31	0,81
H3	3	0,19	19	4	0,75	2	2	2	3	3	2	2	3		3	3	2	27	2,45	0,46	1,21
H4	2	0,13	13	2	0,25	3	3	3	1	3	3	4	2	3		2	3	30	2,73	0,34	0,59
H5	4	0,25	25	3	0,75	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2		3	25	2,27	0,57	1,32
H6	3	0,19	19	2	0,38	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3		28	2,55	0,48	0,85
	16	1,00	100	Total Nilai Faktor Penghambat															5,70		

Lampiran 13. Komparasi Nilai Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep Berdasarkan Responden 4

Lampiran 13.1 Komparasi Nilai Faktor Pendorong dengan faktor Pendorong pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Pendorong	NU	ND	NK					
				Faktor Pendorong					
				D1	D2	D3	D4	D5	D6
D1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut	3	3		3	5	3	3	4
D2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut	4	4	3		3	3	4	3
D3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat	3	4	5	3		5	3	3
D4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul	2	2	3	3	5		4	4
D5	Adanya permintaan rumput laut	3	4	3	4	3	4		3
D6	Produk unggulan	3	4	4	3	3	4	3	

Lampiran 13.2 Komparasi Nilai Faktor Penghambat dengan faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Penghambat	NU	ND	NK					
				Faktor Penghambat					
				H1	H2	H3	H4	H5	H6
H1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit	3	4		4	2	4	3	4
H2	Harga rumput laut fluktuatif	2	4	4		4	3	3	2
H3	Terbatasnya modal milik sendiri	3	3	2	4		3	3	2
H4	Keterbatasan informasi pasar	3	3	4	3	3		2	3
H5	Cuaca yang tidak menentu	4	3	3	3	3	2		3
H6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering	2	2	4	2	2	3	3	

Lampiran 13.3 Evaluasi Faktor Pendorong dan Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep (Responden 4)

No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK											TNK	NRK	NBK	TNB	
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat									
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5					H6
D1	3	0,17	17	3	0,50		3	5	3	3	4	4	3	2	4	3	2	36	3,27	0,55	1,05
D2	4	0,22	22	4	0,89	3		3	3	4	3	1	4	4	2	1	2	30	2,73	0,61	1,49
D3	3	0,17	17	4	0,67	5	3		5	3	3	2	2	3	2	2	2	32	2,91	0,48	1,15
D4	2	0,11	11	2	0,22	3	3	5		4	4	3	2	2	2	2	3	33	3,00	0,33	0,56
D5	3	0,17	17	4	0,67	3	4	3	4		3	4	3	3	2	2	2	33	3,00	0,50	1,17
D6	3	0,17	17	4	0,67	4	3	3	4	3		4	2	2	3	2	2	32	2,91	0,48	1,15
	18	1,00	100	Total Nilai Faktor Pendorong														6,57			
No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK											TNK	NRK	NBK	TNB	
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat									
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5					H6
H1	3	0,18	18	4	0,71	4	1	2	3	4	4		4	2	4	3	4	35	3,18	0,56	1,27
H2	2	0,12	12	4	0,47	3	4	2	2	3	2	4		4	3	3	2	32	2,91	0,34	0,81
H3	3	0,18	18	3	0,53	2	4	3	2	3	2	2	4		3	3	2	30	2,73	0,48	1,01
H4	3	0,18	18	3	0,53	4	2	2	2	2	3	4	3	3		2	3	30	2,73	0,48	1,01
H5	4	0,24	24	3	0,71	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2		3	26	2,36	0,56	1,26
H6	2	0,12	12	2	0,24	2	2	2	3	2	2	4	2	2	3	3		27	2,45	0,29	0,52
	17	1,00	100	Total Nilai Faktor Penghambat														5,89			

Lampiran 14. Rata-rata Komparasi Nilai Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Lampiran 14.1 Rata-rata Komparasi Nilai Faktor Pendorong dengan Faktor Pendorong pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Pendorong	NU	ND	NK					
				Faktor Pendorong					
				D1	D2	D3	D4	D5	D6
D1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut	3,5	3,25		3	4	3,25	3	3,75
D2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut	4	3,75	3		3	3	4	3
D3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat	3	4,5	4	3		4	3,25	3,5
D4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul	3,25	2,75	3,25	3	4		3,25	4
D5	Adanya permintaan rumput laut	3	4	3	4	3,25	3,25		3
D6	Produk unggulan	3	3,75	3,75	3	3,5	4	3	

Lampiran 14.2 Rata-rata Komparasi Nilai Faktor Penghambat dengan Faktor Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep:

No	Faktor Penghambat	NU	ND	NK					
				Faktor Penghambat					
				H1	H2	H3	H4	H5	H6
H1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit	2,75	3,75		4	2,25	4	3	3,5
H2	Harga rumput laut fluktuatif	2,5	3,75	4		3,75	3	3	2,25
H3	Terbatasnya modal milik sendiri	3	4	2,25	3,75		2,75	3	2
H4	Keterbatasan informasi pasar	2,25	3	4	3	2,75		2	2,75
H5	Cuaca yang tidak menentu	3,5	3	3	3	3	2		2,75
H6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering	2,75	3	3,5	2,25	2	2,75	2,75	

Lampiran 14.3 Rata-rata Evaluasi Faktor Pendorong dan Penghambat pada Pengembangan Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK												TNK	NRK	NBK	TNB	FKK
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat										
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5	H6					
D1	3,5	0,18	18	3,25	0,58		3	4	3,25	3	3,75	3	2,5	2,25	3,25	2	3,25	33,25	3,02	0,54	1,11	2
D2	4	0,20	20	3,75	0,76	3		3	3	4	3	1,75	3	3	2,5	1,75	2	30	2,73	0,55	1,31	1*
D3	3	0,15	15	4,5	0,68	4	3		4	3,25	3,5	2	2	2,75	2,25	1,5	2,25	30,5	2,77	0,42	1,10	3
D4	3,25	0,16	16	2,75	0,45	3,25	3	4		3,25	4	2	2,5	2,75	1,75	2	2,25	30,75	2,80	0,46	0,91	6
D5	3	0,15	15	4	0,61	3	4	3,25	3,25		3	2,5	2,25	3	2,25	3	3	32,5	2,95	0,45	1,06	4
D6	3	0,15	15	3,75	0,57	3,75	3	3,5	4	3		2,5	2	2,5	2,75	2,25	2,75	32	2,91	0,44	1,01	5
	19,75	1,00	100	Total Nilai Faktor Pendorong																6,51		
No	NU	BF	BF (%)	ND	NBD	NK												TNK	NRK	NBK	TNB	FKK
						Faktor Pendorong						Faktor Penghambat										
						D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5	H6					
H1	2,75	0,16	16	3,75	0,62	3	1,75	2	2	2,5	2,5		4	2,25	4	3	3,5	30,5	2,77	0,46	1,07	3
H2	2,5	0,15	15	3,75	0,56	2,5	3	2	2,5	2,25	2	4		3,75	3	3	2,25	30,25	2,75	0,41	0,97	4
H3	3	0,18	18	4	0,72	2,25	3	2,75	2,75	3	2,5	2,25	3,75		3	3	2	30,25	2,75	0,49	1,21	1*
H4	2,25	0,13	13	3	0,40	3,25	2,5	2,25	1,75	2,25	2,75	4	3	3		2	2,75	29,5	2,68	0,36	0,76	6
H5	3,5	0,21	21	3	0,63	2	1,75	1,5	2	3	2,25	3	3	3	2		3	26,5	2,41	0,50	1,13	2
H6	2,75	0,16	16	3	0,49	3,25	2	2,25	2,25	3	2,75	3,5	2,25	2	2,75	3		29	2,64	0,43	0,93	5
	17	1,00	100	Total Nilai Faktor Penghambat																6,05		

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN AGRIBISNIS

PETANI

KUISIONER

Judul Penelitian : Analisis Pemasaran dan Strategi Pengembangan Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Lokasi Penelitian : Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Jumlah Anggota Keluarga :
Pendidikan :
Pekerjaan Utama :
Pekerjaan Sampingan :
Desa :
Kecamatan :
Kabupaten :
Nomor Responden :

Pewawancara

Nama : Andini Nur Wulandari
NIM : 121510601018
Hari/tanggal wawancara :
Waktu :

A. Budidaya Rumput Laut

1. Mengapa Bapak/Ibu membudidayakan rumput laut?
Jawab :
2. Apakah alasan Bapak/Ibu mengikuti kelompok tani?
Jawab :
3. Adakah keuntungan setelah menjadi anggota kelompok tani tersebut?
Jawab :
4. Adakah pertemuan rutin kelompok tani, jika ada membahas tentang apasaja?
Jawab:.....
5. Darimana benih rumput laut tersebut di peroleh dan berapa harganya?
Jawab :
6. Apakah rumput laut merupakan pekerjaan utama/sampingan?
Jawab :
7. Jenis rumput laut apa yang dibudidayakan?
Jawab :.....
8. Mengapa memilih jenis rumput laut tersebut?
Jawab :.....
9. Darimana Bapak/Ibu memperoleh modal untuk membudidayakan rumput laut?
Jawab :
10. Apakah Bapak/Ibu mendapatkan keuntungan dalam membudidayakan rumput laut?
Jawab :.....
11. Apa sajakah peralatan yang dibutuhkan dalam membudidayakan rumput laut?

No.	Jenis alat	Jumlah	Harga	Total (Rp)
1.	Bambu			
2.	Tali Besar			
3.	Tali Kecil			
4.	Jangkar			
5.	Lain-lain			
	Total			

12. Apakah terdapat kendala dalam membeli sarana produksi tersebut?

Jawab :

13. Bagaimana cara membudidayakan rumput laut?

Jawab :

14. Berapa ancak rumput laut yang dimiliki Bapak/Ibu?

Jawab :

15. Berapa hari masa panen yang baik dalam membudidayakan rumput laut?

Jawab :

16. Berapa ancak yang dipanen tiap satu siklusnya?

Jawab :

17. Apakah panen rumput laut secara bersamaan atau menyisahkan beberapa ancak?

Jawab :

18. Apakah bibit rumput laut di tanam secara bersamaan atau hanya dibebeberapa ancak yang dipanen?

Jawab :

19. Berapa hasil produksi rumput laut per ancak dalam satu kali panen?

- Per ancak : Kg
- Total : Kg

20. Berapakah harga produksi rumput laut per siklus pada saat dipasarkan ?

No.	Pemanenan per siklus	Produksi			
		Rumput Laut Basah (Kw)	Harga (Rp)	Rumput Laut Kering (Kw)	Harga (Rp)
1.	I				
2.	II				
3.	III				
4.	Dst.				
	Rata-rata produksi				

21. Apakah terdapat kendala dalam membudidayakan rumput laut?

Jawab :

22. Tenaga kerja apa saja yang dibutuhkan Bapak/Ibu dalam proses penanaman sampai pemanenan?

No.	Jenis Tenaga Kerja	Jumlah	Jenis Kelamin		Upah	Total (Rp)
			L	P		
1.	Penanaman					
2.	Pemeliharaan					
3.	Pemanenan					
4.	Lain-lain					
	Total					

23. Penyakit dan hama apa saja yang menyerang rumput laut?

Jawab :

24. Bagaimana upaya menanggulangi hal tersebut?

Jawab :

25. Apakah ada peranan dari Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Sumenep?

Jawab :

B. Pemasaran

1. Dengan sistem apa Bapak/Ibu menjual hasil produksi rumput laut?

- a. Tebasan
- b. Jual Satuan
- c. Kemitraan

2. Apakah Anda memiliki langganan tetap untuk menjual hasil panennya?

Jawab :

3. Apakah Bapak/Ibu melakukan kegiatan penjualan?

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan	Sistem Pembayaran
1.				
2.				

4. Apakah lembaga pemasaran mempunyai standart atau kualitas tertentu dalam membeli rumput laut tersebut?

Jawab :

5. Apakah semua hasil panen rumput laut di jual kepada lembaga pemasaran?

Jawab :

6. Berapa selisih harga yang di tawarkan oleh lembaga pemasaran?
Jawab :
7. Bagaimana mekanisme penetapan harga jual rumput laut?
 - a. Tawar menawar antara penjual dan pembeli
 - b. Ditentukan oleh pembeli
 - c. Ditentukan oleh penjual
 - d. Adanya patokan harga
8. Darimanakah Bapak/Ibu memperoleh informasi pasar?
Jawab :
9. Apa kendala yang dihadapi Bapak/Ibu dalam memasarkan rumput laut?
 - a. Sifat / daya tahan rumput laut
 - b. Sarana Pengangkutan atau transportasi
 - c. Lokasi Pasar
10. Pada tahun berapa harga rumput laut di pasaran melonjak tinggi?
Jawab :
11. Apakah ada kendala dalam memasarkan rumput laut?
Jawab :
12. Berapakah biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran?

No.	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1.	Biaya Transportasi	
2.	Biaya Tenaga Kerja	
3.	Biaya Pengemasan	
4.	Biaya lain-lain	
Jumlah		

13. Apakah kegiatan pemasaran rumput laut dilakukan pada saat musim panen saja?
Jawab :

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN AGRIBISNIS

PEDAGANG

KUISIONER

Judul Penelitian : Analisis Pemasaran dan Strategi Pengembangan Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Lokasi Penelitian : Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jumlah Anggota Keluarga :

Pendidikan :

Pengalaman :

Pekerjaan Utama :

Pekerjaan Sampingan :

Desa :

Kecamatan :

Kabupaten :

Nomor Responden :

Pewawancara

Nama : Andini Nur Wulandari

NIM : 121510601018

Hari/tanggal wawancara :

Waktu :

A. Pembelian

1. Darimana sajakah Anda mendapatkan rumput laut?
 - a. Petani lingkup desa
 - b. Petani luar desa
 - c. Petani lingkup kecamatan
 - d. Pedagang penumpul
 - e. Lain-lain.....
2. Bagaimana sistem pembelian rumput laut tersebut?
Jawab :
3. Apakah terdapat perbedaan harga dari masing-masing kualitas rumput laut?
Jawab :
4. Bagaimana sistem pembayaran yang dilakukan?
Jawab :
5. Apakah ada persaingan dalam memasarkan rumput laut antar pedagang?
Jawab :
6. Bagaimana Anda mengetahui informasi pasar?
 - a. Langsung mengunjungi pasar
 - b. Membandingkan informasi dengan beberapa pedagang
 - c. Tidak pernah mencari informasi
 - d. Lain-lain.....

B. Penjualan

1. Bagaimana sistem penjualan yang Anda lakukan?
 - a. Dijual melalui perantara pedagang
 - b. Diambil sendiri oleh pembeli
 - c. Lain-lain.....
2. Mengapa memilih sistem pemasaran tersebut?
Jawab :
3. Sarana transportasi apa yang digunakan dalam kegiatan pemasaran rumput laut?
Jawab :

4. Berapa jumlah penjualan yang Anda lakukan per minggu?
Jawab :
5. Bagaimana sistem pengangkutan rumput laut sampai pada ke pedagang berikutnya?
Jawab :
6. Kendala apa yang dialami pada saat penjualan rumput laut?
Jawab :
7. Bagaimana penetapan harga jual rumput laut?
Jawab :
8. Apakah ada persaingan dalam memasarkan rumput laut antar pedagang?
Jawab :
9. Apakah ada hambatan keluar masuk pasar?
Jawab :
10. Apakah Anda memiliki langganan dalam menjualkan rumput laut?
Jawab :
11. Apakah Anda memperoleh keuntungan dalam memasarkan rumput laut?
Jawab :
12. Darimanakah Anda memperoleh informasi pasar?
Jawab :
13. Total biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran rumput laut?

No.	Jenis Biaya	Jumlah	Harga per satuan unit	Biaya (Rp)
1.	Biaya Transportasi			
2.	Biaya bongkar muatan			
3.	Ongkos timbang			
4.	Biaya Pengemasan			
5.	Biaya Penyimpanan			
6.	Biaya lain-lain			

Harga jual per Kg = Rp.....

Harga beli per Kg = Rp.....

MP = Pr – Pf

UNIVERSITAS JEMBER
FAKLUTAS PERTANIAN
JURUSAN AGRIBISNIS

Strategi Pengembangan

KUISIONER

Judul Penelitian : Analisis Pemasaran dan Strategi Pengembangan Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Lokasi Penelitian : Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep

Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jumlah Anggota Keluarga :

Pendidikan :

Pengalaman :

Pekerjaan Utama :

Pekerjaan Sampingan :

Desa :

Kecamatan :

Kabupaten :

Nomor Responden :

Pewawancara

Nama : Andini Nur Wulandari

NIM : 121510601018

Hari/tanggal wawancara :

Waktu :

ANALISIS FFA (*Force Field Analysis*)

Petunjuk Pengisian Tabel

1. Jika Bapak/Ibu diminta untuk membandingkan antara faktor-faktor dari faktor pendorong strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep, manakah yang lebih penting antara satu faktor dengan faktor lainnya dalam mendukung pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep?

No	Faktor Pendorong	Tingkat Komparasi Urgensi						NU
		D1	D2	D3	D4	D5	D6	
D1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut	■						
D2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut		■					
D3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat			■				
D4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul				■			
D5	Adanya permintaan rumput laut					■		
D6	Produk unggulan						■	
Total Nilai Urgensi (TNU)								

2. Jika Bapak/Ibu diminta untuk membandingkan antara faktor-faktor dari faktor penghambat strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep, manakah yang lebih penting antara satu faktor dengan faktor lainnya dalam mendukung pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep?

No	Faktor Penghambat	Tingkat Komparasi Urgensi						NU
		H1	H2	H3	H4	H5	H6	
H1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit	■						
H2	Harga rumput laut fluktuatif		■					
H3	Terbatasnya modal milik sendiri			■				
H4	Keterbatasan informasi pasar				■			
H5	Cuaca yang tidak menentu					■		
H6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering						■	
Total Nilai Urgensi (TNU)								

3. Jika Bapak/Ibu diminta untuk menilai keterkaitan antara faktor pendorong dan faktor penghambat strategi pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep, bagaimana keterkaitan antara satu faktor dengan faktor lainnya dalam mendukung pengembangan rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep?

No.	Faktor Penghambat dan Pendorong	Tingkat Komparasi Urgensi											
		D1	D2	D3	D4	D5	D6	H1	H2	H3	H4	H5	H6
D1	Kondisi perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat rumput laut												
D2	Ketersediaan sarana prasarana rumput laut												
D3	Teknik budidaya rumput laut mudah dan periode pemeliharaan singkat												
D4	Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu pedagang pengepul												
D5	Adanya permintaan rumput laut												
D6	Produk unggulan												
H1	Rentan terhadap serangan hama dan penyakit												
H2	Harga rumput laut fluktuatif												
H3	Terbatasnya modal milik sendiri												
H4	Keterbatasan informasi pasar												
H5	Cuaca yang tidak menentu												
H6	Rumput laut masih dijual dalam bentuk kering												

DOKUMENTASI



Gambar 1. Kegiatan Budidaya Rumput Laut di Desa Tanjung



Gambar 2. Melakukan Kegiatan Wawancara dengan Pedagang Besar



Gambar 3. Melakukan Kegiatan Wawancara dengan Petani Rumput Laut



Gambar 4. Proses Pemanenan Rumput Laut di Desa Tanjung



Gambar 5. Melakukan Penjemuran Rumput Laut di Desa Tanjung



Gambar 6. Gudang Tempat Penyimpanan Rumput Laut di Bluto