

PENGARUH NILAI MARGIN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN NELAYAN KERANG TIRAM DI DESA KUALA KECAMATAN LANGSA BARAT KOTA LANGSA

ARDIANSYAH PUTRA

¹Fakultas Pertanian, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

putra01121996@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran kerang tiram. (2) Untuk mengetahui nilai margin pemasaran kerang tiram. (3) Untuk mengetahui pendapatan nelayan kerang tiram (4) Untuk mengetahui pengaruh nilai margin pemasaran kerang tiram terhadap pendapatan nelayan kerang tiram di daerah penelitian. Pengujian menggunakan metode (1) Analisis pola saluran pemasaran dan (2) metode analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis data diperoleh hasil sebagai berikut: Berdasarkan analisis data regresi dengan linier sederhana dengan nilai sig (0,000) < 0,05 dan nilai R² sebesar 0,328, hal ini menunjukkan bahwa 32,8% faktor nilai margin berpengaruh terhadap pendapatan nelayan kerang tiram dan Sedangkan sisanya 67,2% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini contohnya pengaruh modal, pengaruh tingkat produksi, tenaga kerja dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Nilai, Margin pemasaran, Pendapatan.

1. PENDAHULUAN

Kota Langsa merupakan salah satu penghasil kerang tiram di Aceh. Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat merupakan salah satu daerah pesisir yang ada di Kota Langsa dan desa tersebut merupakan pusat kegiatan penangkapan Kerang tiram. Kegiatan penangkapan kerang tiram di perairan pesisir Kuala Langsa telah dilakukan masyarakat setempat baik menggunakan alat seperti garuk, maupun dengan mengumpulkan tanpa alat. Namun, komoditas kerang tiram tersebut belum menjadi perhatian pemerintah daerah Kota Langsa, sehingga belum tersedia data produksi tahunan kerang tiram di Kota Langsa. Kerang tiram dikenal memiliki banyak manfaat, terutama sebagai salah satu sumber makanan bergizi. Selain itu, Kerang tiram juga memiliki peran penting terhadap sumber kehidupan masyarakat nelayan khususnya nelayan wanita. Namun saat ini banyak warga yang hidup disepanjang pesisir mengeluhkan bahwa jumlah Kerang tiram terus menurun. Turunnya jumlah kerang tiram dapat disebabkan oleh eksploitasi berlebihan sehingga ukuran yang didapatkan semakin kecil akibat umur kerang tiram yang masih relatif muda saat dilakukan pemanenan langsung di alam. Selanjutnya kualitas kerang tiram juga terus mengalami penurunan akibat pencemaran sehingga diperlukan pengelolaan sumberdaya kerang tiram berbasis lingkungan (Octavina et al., 2014). Eksploitasi berlebihan tanpa memperkirakan dan mempertimbangkan daya dukung dan kapasitas berkelanjutan yang dimiliki ekosistem pesisir akan berakibat pada degradasi sumber daya alam yang terkandung didalamnya, baik pemanfaatan dari sisi ekonomi maupun kelestarian lingkungan. Selain dikonsumsi oleh masyarakat, Kerang Tiram tersebut juga dipasarkan keluar daerah. Proses pengiriman keluar daerah memakan waktu yang lama, dan produk kerang tiram yang mempunyai sifat cenderung mudah rusak atau busuk sehingga diperlukan sistem pemasaran yang baik dan benar.

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan. Produksi yang baik akan sia-sia karena harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien. Dalam kegiatan pemasaran kerang tiram ada beberapa saluran pemasaran yang biasanya dilalui, ada yang melalui satu, dua, tiga bahkan lebih lembagasaluran pemasaran. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kemudahan dalam penjualan, jumlah tangkapan, relasi yang dimiliki, sistem pembayaran dan sebagainya (Dewayanti, 2003:17). Adanya perbedaan kegiatan pada setiap lembaga pemasaran akan menyebabkan perbedaan harga jual antara lembaga yang satu dengan lembaga yang lain. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran suatu komoditi dari produsen ke konsumen, akan mengakibatkan semakin besar perbedaan harga komoditi tersebut di tingkat konsumen dibandingkan dengan harga dikeluarkan produsen. Selisih harga ditingkat konsumen akhir dengan harga ditingkat nelayan disebut juga dengan margin pemasaran. Berdasarkan latar belakang di atas tersebut, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian nelayan pencari kerang tiram di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa, dalam penelitian ini diharapkan apakah nilai margin pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan nelayan kerang tiram di Desa Kuala Langsa. Pemikiran yang kemudian melatar belakangi penelitian yang berjudul "Pengaruh Nilai Margin Pemasaran terhadap Pendapatan Nelayan Kerang Tiram Di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa".

2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*). Metode studi kasus yaitu atas dasar fenomena yang terjadi disuatu daerah. Metode ini adalah kajian mendalam tentang suatu objek yang akan di teliti pada suatu daerah tertentu (Daniel, 2012).

Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* atau secara sengaja yaitu di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. karena desa tersebut merupakan desa pesisir yang sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai nelayan. Objek dalam penelitian ini dibatasi pada nelayan kerang tiram dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran Kerang Tiram di Desa Kuala. Ruang lingkup penelitian ini meliputi saluran pemasaran, dan margin pemasaran.

Metode Penarikan Sample

Menurut Wirartha (2006) bagi penelitian yang menggunakan data statistik ukuran sampel yang digunakan paling kecil 30. dalam penelitian ini populasinya adalah nelayan penangkap kerang tiram yang ada di Desa Kuala Langsa yaitu sebanyak 124 nelayan. Sedangkan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini hanya 55 orang saja. Sampel dalam penelitian ini adalah nelayan tangkap yang berada di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa yang diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin berikut:

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

$$n = \frac{124}{(124 \cdot 0,10^2 + 1)} = \frac{124}{(2,24)}$$

$$n = 55,3571429 \text{ (dibulatkan menjadi 55)}$$

dimana: n : besarnya sampel

N: besarnya populasi

d: penyimpangan terhadap populasi atau derajat ketepatan yang diinginkan, yaitu 0,10. Dalam penelitian ini sampelnya merupakan nelayan khusus pencari kerang tiram di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Pengambilan sampel untuk lembaga pemasaran dalam penelitian ini terdiri dari 2 lembaga yaitu Agen desa dan Pedagang pengecer. Lembaga pemasaran untuk Agen desa sebanyak 2 orang dan pedagang pengecer sebanyak 8 orang sehingga jumlah lembaga responden berjumlah 10 orang.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (Kuisisioner). Data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi terkait seperti Dinas Pertanian dikota Langsa

Metode Analisis Data

Variabel Penelitian Sesuai dengan judul penelitian yaitu “ Pengaruh Nilai Margin Pemasaran Terhadap Pendapatan nelayan kerang Tiram Di Desa Kuala, Kecamatan Langsa Barat, Kota Langsa” maka terdapat 2 variabel yaitu :

1. **Variabel bebas (X)** Variabel yang mempengaruhi pendapatan yaitu nilai margin.
2. **Variabel terikat (Y)**

variabel yang dipengaruhi oleh nilai margin yaitu pendapatan

Untuk hipotesis 1 harus diketahui pola saluran pemasaran.

Analisis Pola Saluran Pemasaran Analisis pola saluran (distribusi) pemasaran dengan mengidentifikasi pelaku pemasaran di Desa Kuala, dari tingkat nelayan, pelaku perantara, sampai konsumen akhir (Hanafiah dan Saefuddin; 2010). Tahap terakhir menggambarkan pola saluran pemasarannya. Metode analisis untuk rumusan masalah yang pertama yaitu saluran pemasaran Kerang Tiram di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa sebagai berikut:

Saluran Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran yang dilakukan dengan mengikuti aliran hasil tangkap nelayan kerang tiram sampai ke konsumen akhir

Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan saat melakukan proses pemasaran. Besarnya biaya pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} \dots \dots \dots \text{(soekartawi 2002:53)}$$

Dimana: B_p = Biaya Pemasaran

$B_{p1} + B_{p2} \dots$ = Biaya pemasaran tiap lembaga

a. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yg dibayar oleh konsumen dan harga di terima produsen. Untuk menghitung margin pemasaran hasil laut dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$M_{ji} = P_{ri} - P_{fi} \text{ atau } M_{ji} = b_i + k_i \dots \dots \dots \text{(soekartawi 2002:54)}$$

Dimana :

M_{ji} = margin Pemasaran

P_{ri} = Harga di tingkat Distributor

P_{fi} = Harga di tingkat Pengecer

b_i = Biaya Pemasaran

b. Efisiensi pemasaran nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dijual, di hitung dalam persen. Untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$E_p = \frac{B_p}{H_e} \times 100\% \dots \dots \dots \text{(soekartawi 2002:60)}$$

Dimana :

E_p = Efisiensi pemasaran

B_p = Biaya Pemasaran

H_e = harga Eceran

Kaidah pengambilan keputusan efisiensi pemasaran ini adalah:

$E_p < 50\%$ maka saluran pemasaran efisien

$E_p > 50\%$ maka saluran pemasaran tidak efisien

Metode analisis untuk rumusan masalah yang kedua harus diketahui dulu fungsi pendapatan yang akan digunakan, apabila model fungsi pendapatan linier, maka digunakan fungsi pendapatan regresi linier sederhana, dengan rumus sebagai berikut;
 $Y = a + bx$

Menurut Sudjana (2002) fungsi pendapatan tersebut dapat diubah kedalam bentuk logaritma, bentuk persamaan fungsi menjadi :

$$\text{Log} Y = \log a + b \log X$$

Keterangan :

Y = Pendapatan (Rp/Kg)

X_1 = Nilai Margin

a = Intercept

b = Koefisien regresi

untuk menguji apakah nilai margin berpengaruh nyata terhadap pendapatan di gunakan uji - t

$$H_0 : b = 0$$

$$H_1 : b \neq 0$$

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{\text{Se}b_i}$$

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$: maka H_0 ditolak, artinya nilai margin berpengaruh nyata terhadap pendapatan.

Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$: maka H_0 diterima, artinya nilai margin tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat perkembangan suatu daerah dapat dilihat dari besarnya jumlah penduduk persatuan luas, oleh karena itu penduduk di suatu daerah merupakan unsur yang sangat penting dalam suatu daerah tersebut. Desa Kuala Langsa merupakan desa dengan jumlah penduduk terbanyak ke tujuh dari desa-desa yang ada di Kecamatan Langsa Barat. Tingkat perbandingan antara jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki dan perempuan hampir setara hanya selisih 89 jiwa. Untuk melihat berapa banyak penduduk di Kecamatan Langsa Barat dapat dilihat pada tabel berikut :
Tabel 1. menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki adalah 17.433 jiwa dan penduduk yang berjenis kelamin perempuan adalah 17.416 jiwa dengan total jumlah penduduk sebanyak 34.849 jiwa dan jumlah kepala keluarga sebanyak 8.846. Dari tabel tersebut dapat dilihat Desa Kuala Langsa memiliki jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1.121 jiwa dan penduduk berjenis kelamin perempuan sebanyak 1.038 jiwa. Dengan ini, jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki dan perempuan hampir seimbang dengan jumlah Kepala Keluarga mencapai 543 dimana 95% berprofesi sebagai nelayan.

Mata Pencaharian

Mata pencaharian merupakan suatu pekerjaan pokok bagi setiap masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup masing-masing masyarakat. Penduduk di Kecamatan langsa Barat Kota Langsa mempunyai berbagai pekerjaan seperti petani, pedagang, nelayan dan lainnya, Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. : Rata-rata jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian di Kecamatan Langsa Barat Tahun 2016.

NO	Mata Pencaharian	Jumah Penduduk (Jiwa)	Presentase (%)
1	Petani	2.292	12,22
2	Perikanan	640	3,41
3	Peternak	1.556	8,30
4	Nelayan	2.240	11,95
5	PNS	4.710	25,12
6	TNI/POLRI	477	2,54
7	Pedagang	2.344	12,50
8	Pengrajin	373	1,99
9	Buruh	3.029	16,16
10	Pensiunan	1.088	5,80
	Jumlah	18.749	100,00

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk di kecamatan Langsa Barat mayoritas sebagai PNS yaitu 4.710 jiwa atau 25,12% dan mata pencaharian yang terkecil adalah pengrajin yaitu sebanyak 373 jiwa atau 1,99%. Sedangkan jumlah penduduk keseluruhannya menurut mata pencaharian di Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa yaitu sebanyak 18.749 jiwa.

Karakteristik Nelayan dan Lembaga Pemasaran

Pengertian karakteristik nelayan dan lembaga pemasaran dalam penelitian meliputi umur, pendidikan, pengalaman menjadi nelayan dan berdagang serta tanggungan keluarga. Keadaan karakteristik ini dapat mempengaruhi kegiatan dan kemampuan kerja nelayan dan lembaga pemasaran dalam menjalankan usahanya. Peranan nelayan dan lembaga pemasaran dalam usahanya mencakup semua aspek sehingga menghendaki adanya keahlian dan keterampilan yang sangat tergantung kepada umur, pengalaman dan jumlah tanggungan keluarga. Pendidikan adalah usaha sadar atau tidak sadar yang dilakukan nelayan untuk dapat mengembangkan kemampuan, kecakapan dan membawa perubahan baik pengetahuan cara berpikir maupun kecakapannya. Suatu usaha yang baik menghendaki agar nelayan yang melakukan usahanya pada batas umur yang potensial, pendidikan yang memadai,

berpengalaman serta mempunyai tanggungan yang bisa membantunya. Untuk lebih jelasnya mengenai keadaan karakteristik nelayan kerang tiram di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa dapat dilihat pada tabel berikut :

Umur Nelayan

Umur sangat mempengaruhi dalam kegiatan mencari kerang tiram, umur yang produktif adalah kisaran umur antara 15-59 tahunan yang tidak produktif adalah kisaran umur antara 0-14 tahun serta lebih dari 60 tahun. Berikut karakteristik berdasarkan umur nelayan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Umur Nelayan Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	29-35	13	23,63
2	36-42	19	34,54
3	43-49	14	25,45
4	50-56	7	12,7
5	57-63	2	3,6

Dari Tabel 2. dapat dilihat jumlah petani yang terbesar berada pada kelompok umur 36-42 tahun dengan jumlah 19 orang atau 34,54% dan yang terkecil pada kelompok umur 57-63 tahun dengan jumlah 2 orang atau 3,6%. Dari tabel karakteristik berdasarkan umur nelayan kerang tiram dapat disimpulkan umur nelayan masih tergolong produktif dalam melaksanakan berbagai aktifitas mencari kerang tiram.

Pendidikan Nelayan

Pendidikan nelayan sangat erat hubungannya dengan kemampuan nelayan dalam mengadopsi teknologi maupun informasi baru yang diperoleh dari penyuluh-penyuluh pertanian yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan produksinya tersebut. Adapun tingkat pendidikan petani sampel yang ada di Desa Kuala Langsa bervariasi dari tingkat SD, SMP, dan SMA. Berikut tabel 3 tingkat pendidikan petani sampel di daerah penelitian.

Tabel 3. : Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Nelayan Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	TIDAK ADA	7	12,72
2	SD	24	43,63
3	SMP	18	32,72
4	SMA	6	10,9
	Jumlah	55	100

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan petani sampel rata-rata berkisar pada tingkat SD. Untuk jumlah petani sampel yang terbesar ialah pada tingkat SD sebesar 24 orang atau 43,63% sedangkan yang terkecil berada pada tingkat SMA yaitu sebesar 6 orang atau 10,9%. Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pendidikan nelayan tergolong rendah, namun tidak dapat diragukan lagi dalam mencari kerang tiram dan tentu tidak terlalu sulit untuk mengikuti perubahan dan apalagi untuk menerima berbagai informasi menyangkut tentang kerang tirta

Pengalaman Nelayan

Pengalaman nelayan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi produksi hasil tangkapan nelayan. Semakin tinggi tingkat pengalaman nelayan maka semakin baik pula hasil produksi tangkapan. Berikut pengalaman bertani petani sampel di daerah peneliti.

Tabel 4: Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Nelayan Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Pengalaman Nelayan	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	0-10	33	60
2	11-20	22	40
3	21-30	-	-
4	31-40	-	-
Jumlah		55	100

Dari Tabel 5 dapat dilihat bahwa jumlah nelayan yang mempunyai pengalaman terbesar ialah pada kelompok 0-10 tahun sebesar 33 orang atau sebesar 60% dari jumlah keseluruhan nelayan sampel yang berada di daerah penelitian. Sedangkan untuk pengalaman bertani yang terkecil berada pada kelompok 11-20 tahun yaitu sebesar 22 orang atau 40%. Berdasarkan tabel tersebut pengalaman para nelayan banyak yg tergolong rendah, diharapkan bagi nelayan mampu lebih baik lagi agar dapat mempertahankan serta meningkatkan kemampuan agar mampu meningkatkan pendapatannya

Jumlah Tanggungan Keluarga

jumlah tanggungan keluarga sampel rata-rata 3 orang, interval 1-9 orang.

Tabel 5 : Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga Nelayan Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Kelompok Jumlah Tanggungan Keluarga	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	0-2	21	38,18
2	3-5	34	61,81
3	>6	-	-
Jumlah		55	100

Dari Tabel 5 di atas dapat dilihat jumlah tanggungan keluarga terbesar ada pada kelompok 3-5 sebesar 34 orang atau 61,81% dan yang terkecil pada kelompok 0-2 sebesar 21 orang atau 38,18%. Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat pendapatan nelayan agar dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarganya.

Karakteristik Lembaga

Pemasaran

Lembaga pemasaran mempunyai peran penting dalam memasarkan hasil tangkap para nelayan, jika hasil tangkapan para nelayan banyak maka akan sia-sia jika pemasarannya lambat, lembaga pemasaran ini membeli langsung kepada nelayan dan kemudian memasarkan secara langsung kepada konsumen maupun kepada pedagang lain diluar maupun di dalam kota.

Tabel 8 : Karakteristik Berdasarkan Umur Pedagang Agen Desa Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	29-35	-	-
2	36-42	-	-
3	43-49	2	100
Jumlah		2	100

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa umur Agen desa kerang tiram di Desa Kuala Langsa masih tergolong produktif pada kisaran umur 43-49 tahun, sehingga umur yang tergolong produktif dapat memasarkan kerang tiram dengan baik serta dapat menerima pembaharuan mekanisme dalam hal ini berguna meningkatkan efisiensi dan efektifitas pemasaran.

Tabel 6 : Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Agen Desa Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	SD	-	-
2	SMP	1	50
3	SMA	1	50
	Jumlah	2	100

Tingkat pendidikan responden Agen Desa dalam pemasaran kerang tiram adalah Tamat Smp sebanyak 1 orang (50%) dan Sma sebanyak 1 orang (50%). Tingkat pendidikan pada Agen Desa sedikit mengalami peningkatan yakni sampai pada pendidikan tingkat lanjut sehingga berpengaruh terhadap cara pandang Agen Desa dalam menganalisis kebutuhan pasar lebih dalam lagi khususnya yang berkaitan dengan mekanisme pemasaran. Hal ini akan meningkatkan keuntungan pedagang.

Tabel 9 : Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Agen Desa Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Pengalaman	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	0-10	2	100
2	11-20	-	-
3	21-30	-	-
	Jumlah	2	100

Lamanya usaha yang di jalankanakan mempengaruhi pengalaman mereka dalam memasarkan kerang tiram. Lama usaha pada Agen Desa sekitar 5–10 tahun. Semakin lama pengalaman berdagang semakin mudah bagi mereka untuk memasarkan kerang tiram hal ini disebabkan karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pembeli tetap.

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa umur pedagang pengecer kerang tiram di Desa Kuala Langsa masih tergolong produktif pada kisaran umur 30-40 tahun sebanyak 4 orang (50%), pada kisaran umur 40-50 tahun sebanyak 3 orang (37,5%) dan pada kisaran umur 40-60 tahun sebanyak 1 orang (12,5%), sehingga masih banyak umur yang tergolong produktif dapat memasarkan kerang tiram dengan baik

Tabel 10 : Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan pedagang Pengecer Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	SD	4	50
2	SMP	3	37,5
3	SMA	1	12,5
	Jumlah	2	100

Tingkat pendidikan responden pedagang pengecer dalam pemasaran kerang tiram adalah Tamat Sd sebanyak 4 orang (50%), Smp sebanyak 3 orang (37,5%) dan Sma sebanyak 1 orang (12,5%). Tingkat pendidikan pada pedagang pengecer sedikit mengalami peningkatan yakni sampai pada pendidikan tingkat lanjut sehingga berpengaruh terhadap cara pandang Agen Desa dalam menganalisis kebutuhan pasar lebih dalam lagi khususnya yang berkaitan dengan mekanisme pemasaran.

Tabel 11 : Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Pedagang Pengecer Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Pengalaman	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	0-10	5	62,5
2	11-20	2	25
3	21-30	1	12,5
	Jumlah	8	100

Lamanya usaha yang di jalankan akan mempengaruhi pengalaman mereka dalam memasarkan kerang tiram. Lama usaha pada pedagang pengecer sekitar 1-10 tahun sebanyak 5 orang (62,5%) pada 11-20 tahun sebanyak 2 orang (25%) dan pada 21-40 tahun sebanyak 1 orang (12,5%). Semakin lama pengalaman berdagang semakin mudah bagi mereka untuk memasarkan kerang tiram hal ini disebabkan karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pelanggan atau pembeli tetap.

Saluran pemasaran kerang tiram

Pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa tidak melalui saluran yang begitu panjang.. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat sebagai berikut:

1. Saluran I
Nelayan → Agen desa → Pedagang pengecer → konsumen
2. Saluran II
Nelayan → Pedagang pengecer → Konsumen

Pada saluran pemasaran I lembaga yang terlibat adalah agen desa dan pedagang pengecer. Peranan agen desa disini adalah yang membeli kerang tiram dari para nelayan dengan jumlah tangkapan yang banyak, volume pembelian kerang tiram oleh agen desa ke nelayan kurang lebih sebanyak 100 Kg/2 hari sekali, kemudian agen desa menjual kerang tiram ke pedagang pengecer dan kemudian disalurkan ke konsumen. Pada saluran pemasaran II lembaga yang terlibat dalam pemasaran kerang tiram adalah pedagang pengecer. Para pedagang pengecer disini adalah yang berjualan di pasar Kota Langsa, pedagang pengecer disini langsung membeli kerang tiram dari rumah nelayan dengan jumlah yang relative sedikit (<10 kg/hari). Adapun jumlah nelayan berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan dalam memasarkan kerang tiram dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 12 : Jumlah Nelayan Pada Tiap-Tiap Saluran Pemasaran kerang Tiram di Desa Kuala Langsa

No	Saluran Pemasaran	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	Saluran I	35	63,63
2	Saluran II	20	36,36
	Jumlah	55	100

Berdasarkan Tabel 13 diketahui bahwa saluran pemasaran I merupakan saluran yang banyak digunakan oleh nelayan yaitu sebanyak 35 orang (63,36%) dan sisanya pada saluran II yaitu sebanyak 20 orang

(36,36%). Banyaknya nelayan yang menggunakan saluran I karena adanya lembaga pemasaran Agen desa yang dapat membeli hasil tangkapan nelayan skala besar sehingga dapat di pastikan hasil tangkapan nelayan terjual semua.

Biaya Pemasaran Kerang Tiram

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjual hasil tangkapan nelayan ke pasar. Proses menyalurkan barang dari produsen ke tangan konsumen memerlukan biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Semakin panjang saluran pemasran maka biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran akan semakin meningkat. Besarnya biaya pemasaran suatu produk tergantung pada jenis perlakuan produk itu sendiri. Untuk lebih jelasnya rata- rata penggunaan biaya pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13 : Rata-Rata Biaya Pemasaran Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat pada saluran I

No		Biaya pemasaran
1	Nelayan	
	biaya transportasi	-
	biaya pengemasan	-
	Jumlah	0
2	Agan Desa	
	Biaya transportasi	2.000
	Biaya pengemasan	685
	Jumlah	2.685
3	Pedagang Pengecer	
	Biaya transportasi	1.657
	Biaya pengemasan	-
	Jumlah	1.657
	Jumlah Total	4.342

Berdasarkan tabel 13 diatas dapat dilihat bahwa rata- rata pola saluran pemasaran I mengeluarkan jumlah total biaya pemasaran sebesar Rp.4.342,/Kg, dimana Agen Desa mengeluarkan biaya transportasi dan biaya pengemasan sebesar Rp. 2.685,/Kg dan pedagang pengecer hanya mengeluarkan biaya transportasi saja sebesar Rp. 1.657,/Kg, mengapa demikian karena pedagang pengecer tinggal langsung menjualnya saja karena kerang tiram telah di kemas oleh agen desa tersebut.

Tabel 14 : Rata-Rata Biaya Pemasaran Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada saluran II

No	Uraian	Biaya pemasaran
1	Nelayan	
	biaya transportasi	-
	biaya pengemasan	-
	Jumlah	-

2	Pedagang Pengecer	
	Biaya transportasi	2.450
	Biaya pengemasan	650
	Jumlah	3.150
	Jumlah Total	3.150

Berdasarkan tabel 14 diatas dapat dilihat bahwa rata- rata pola saluran pemasaran II mengeluarkan jumlah total biaya pemasaran sebesar Rp.3.150,/Kg, dimana pedagang pengecer mengeluarkan biaya transportasi sebesar Rp.2.450,/Kg dan biaya pengemasan sebesar Rp.650,/Kg

Margin Pemasaran Kerang Tiram

Margin pemasaran biasa digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya margin pemasaran di berbagai saluran pemasaran dapat berbeda karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran. Untuk lebih jelasnya mengenai rata- rata margin dan keuntungan pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Kecamatan Langsa Barat Kota langsa dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 15. Rata-rata Margin Pemasaran Kerang Tiram di Desa Kuala Kecamatan LangsaBarat Kota Langsa pada Saluran I

No	Uraian	Harga Rp/kg
1	Nelayan	20.000
	Agen Desa	28.000
	Margin pemasaran	8.000
	Agen Desa	28.000
	Pedagang Pengecer	35.000
	Margin pemasaran	7000
	Jumlah Total Margin	15.000

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah total margin pemasaran saluran I yaitu sebesar Rp.15.000,/Kg, dimana margin dari nelayan ke Agen desa sebesar Rp.8.000,/Kg kemudian margin dari Agen desa ke pedagang pengecer sebesar Rp.7.000,/Kg. Tabel 17. Rata-rata Margin Pemasaran Kerang Tiram di Desa Kuala Kecamatan LangsaBarat Kota Langsa pada Saluran II

No	Uraian	Harga Rp/kg
1	Nelayan	22.000
	Pedagang Pengecer	32.000
	Margin pemasaran	10.000
	Jumlah Total Margin	10.000

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah total margin pemasaran saluran II yaitu sebesar Rp.10.000,/Kg, dimana margin dari nelayan ke pedagang pengecer sebesar Rp.10.000,/Kg. Dari kedua saluran pemasaran dapat dilihat bahwa rata-rata margin pemasaran yang di dapat oleh pedagang pengecer pada saluran II yaitu sebesar Rp,10.000/Kg, sedangkan rata-rata margin pemasaran yang paling sedikit didapat adalah oleh pedagang pengecer pada saluran I yaitu sebesar Rp.7.000,/Kg.

4. KESIMPULAN

Terdapat 2 pola saluran pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Yaitu; Saluran I yaitu : Nelayan → Agen desa → Pedagang pengecer → konsumen, dengan rata-rata biaya pemasaran Kerang Tiram yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran I adalah sebesar Rp. 4342,-/kg, Rata-rata jumlah total margin pemasaran yang diterima oleh saluran I adalah sebesar Rp. 15000,-/kg dan hasil perhitungan efisiensi pemasaran kerang tiram pada saluran I sebesar 15%. Saluran II yaitu : Nelayan → Pedagang pengecer → Konsumen., dengan rata-rata biaya pemasaran saluran pemasaran II sebesar Rp. 3150,-/kg. Rata-rata jumlah total margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 10000,-/kg. dan hasil perhitungan efisiensi pemasaran pada saluran II sebesar 10%. 2. hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara nilai margin terhadap pendapatan nelayan dengan nilai sig (0,000) < 0,05 dan nilai R^2 sebesar 0,328, hal ini menunjukkan bahwa 32,8% faktor nilai margin berpengaruh terhadap pendapatan nelayan kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa.

REFERENSI

- Daniel, M. 2012. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara, Jakarta
- Dewayanti. 2003. " *Analisis pemasran ikan laut segar di Kabupaten Cilacap (Studi kasus di Kecamatan Cilacap Selatan, cilacap)* " Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Hanafiah, A.M., dan Saefuddin, A.M. 2010. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. UI Press, Jakarta.
- Octavina, C., F. Yulianda, M. Krisanti. 2014. *Struktur komunitas tiram daging di perairan estuaria Kuala Gigieng*, Kabupaten Aceh Besar, Provinsi Aceh. *Depik*, 3(2): 108-117
- Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 238 hal
- Wirarta, IM. 2006. *Metode Penelitian Sosiasal Ekonomi*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Nusa, M. I. (2021). KARAKTERISTIK TEH HIJAU DAUN GAHARU HASIL PENERINGAN VAKUM. *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 3(2), 73-79.
- Andriany, D., Bismala, L., Siregar, G., Arda, M., Manurung, Y. H., Damanik, W. S., ... & Wahyu, A. (2022). PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI PENGELOLA KOPERASI. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(10), 3517-3520.
- Kharis, A. (2023). Strategi Preventif Penggunaan NAPZA Berbasis Pemberdayaan (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Isti'annah Kabupaten Pati). *Al-I'timad: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Islam*, 1(2), 239-256.
- BANGUN, I. H., HANUM, H., & SABRINA, T. (2023). Isolation and molecular characterization of potassium-solubilizing bacteria from limestone mountain of Bahorok, Langkat District, Indonesia. *Biodiversitas Journal of Biological Diversity*, 24(7).
- Masyhura, M. M., Nusa, M. I., & Prasetya, D. (2018). Aplikasi Ekstrak Kulit Buah Naga Merah (*Hylocereus polyrhizus*) Pada Pembuatan Susu Kedelai (*Hylocereus polyrhizus*). *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 2(1).
- Masyhura, M. M., Nusa, M. I., & Prasetya, D. (2018). Aplikasi Ekstrak Kulit Buah Naga Merah (*Hylocereus polyrhizus*) Pada Pembuatan Susu Kedelai (*Hylocereus polyrhizus*). *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 2(1).
- Nusa, M. I., Siregar, S. N., & Muzdalifah, L. (2018). PEMBUATAN EDIBLE FILM DARI PATI TEMU HITAM (*Curcuma aeruginosa* Roxb.) DENGAN PENAMBAHAN GLISEROL. *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 1(1).
- Nusa, M. I. (2020). KINETIKA PENERINGAN SARI BUAH MENKUDU DENGAN METODE FOAM MATE DRYING. *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 3(1), 28-36.
- Barus, W. A., Sagala, A. D., & Arifin, Z. (2022). Agronomic Character of Some Varieties of Soybean in Saline Soil Media and Salicylic Acid Applications. *Jurnal Penelitian Bidang Ilmu Pertanian*, 20(1), 17-27.
- Saragih, S. A., Takemoto, S., Sato, H., & Kamata, N. Specific Primer Designing for Quantitative PCR (qPCR) of Entomopathogenic Fungi *Isaria fumosorosea* from Soil Samples. *Jurnal Perlindungan Tanaman Indonesia*.
- Nasution, L., & Si, S. M. (2022). *Monograf: Pemanfaatan Bakteri Indigen Secara Invitro Dalam Memperoleh Model Remediasi Lahan Pertanian yang Terpapar Dichloro Diphenyl*

Trichloroethane (DDT). umsu press.

- Uma, S., Shyam, B., Selvarajan, R., & Sathiamoorthy, S. (2000, November). Collection and characterisation of banana and plantains of northeastern India. In *Advancing Banana and Plantain R & D in Asia and Pacific, Proceedings of the 10th INIBAP-ASPNET Regional Advisory Committee meeting*. Bangkok, Thailand (pp. 10-11).
- Andriany, D., Bismala, L., Putra, Y. A., Saragih, S. A., Siregar, R. B., & Daulay, R. D. PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI DAN PEMASARAN TEH GAHARU DALAM DIVERSIFIKASI PRODUK GAHARU DI KOPERASI CAGAR JAGA NUSANTARA, KABUPATEN LANGKAT. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 29(1), 56-59.
- Hamid, S. G. (2020). *Pengaruh BAP (Benzyl Amino Purine) dan Arang Aktif Dalam Multiplikasi Mikro Batang Tebu (Saccharum officinarum)* (Doctoral dissertation, UMSU).
- Barus, W. A., Sulistiani, R., Utami, S., Tarigan, D. M., & Lestami, A. (2023). BLACK SOYBEAN RESPONSE TO ANTIOXIDANT APPLICATION FOR GROWTH AND YIELD UNDER SALINITY STRESS CONDITIONS. *SABRAO Journal of Breeding & Genetics*, 55(2).
- Kurniawan, H. A., Bangun, I. H., & Nurhajjah, N. (2022). PENGARUH PERLAKUAN KADAR AIR PADA BUAH KETUMBAR DAN ASPEK BIOLOGI *Stegobium paniceum* (L)(Coleoptera: Anobiidae). *ZIRAA'AH MAJALAH ILMIAH PERTANIAN*, 47(3), 376-383.
- Nasution, L. PEMANFAATAN LIMBAH BONGGOL JAGUNG UNTUK BAHAN DASAR PEMBUATAN BRIKET/ARANG SEBAGAI POTENSI ENERGI ALTERNATIF. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 29(3), 554-558.
- Indriana, A., Yusuf, M., Maru, R., & Saputro, A. (2021). Efektivitas Discovery Learning pada Pembelajaran Geografi untuk mengurangi Miskonsepsi Peserta Didik. *Jurnal La Geografia*, 19, 284-301.
- Bismala, L., Andriany, D., Siregar, G., Arda, M., Manurung, Y. H., Damanik, W. S., ... & Wahyu, A. (2023). Pelatihan Penyusunan Bisnis Plan dan Business Model Canvas Sebagai Upaya Peningkatan Kompetensi Pengelola Koperasi Cagar Jaga Nusantara, Langkat. *Darmabakti: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 57-63.
- El-Fajri, N., & Yusuf, M. (2020). Sustainability assessment of swamp ecosystem management in Sawah village, Kampar Regency, Riau. *AAAL Bioflux*, 13(5), 2588-2598.
- Idris, M., Bangun, I. H., Armansyah, A., & Hutagaol, D. (2023). Water Conservation With The Application Of Partial Root Zone Drying Technique In Increasing The Growth And Production Of Tomato. *Universal Journal of Agricultural Research*, 11(2), 344-357.
- Kurniawan, H. A., Nurhajjah, N., Lubis, W., & Bangun, I. H. (2022). PENERAPAN URBAN FARMING DENGAN SISTEM FERTIGASI PADA KUBIS BUNGA UNTUK MASYARAKAT MANDIRI PANGAN. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 690-696.
- Yusuf, M., Rahayu, M., Nursan, M., FR, A. F. U., Septiadi, D., & Suparyana, P. K. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Tani Lahana Kering Melalui Pengembangan Usahatani Terpadu Berbasis Ternak Sapi Bali di Desa Selengan Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(3), 116-124.