

**EFISIENSI PEMASARAN USAHA PENGOLAHAN KEPITING
RAJUNGAN DI DESA TIGA KECAMATAN TIWORO UTARA
KABUPATEN MUNA BARAT
(STUDI KASUS MINI PLANT AYU JAYA)
Marketing Efficiency of Swimming Crab Processing Business in Tiga Village,
North Tiworo Sub-District, West Muna District
(Case Study at Mini Plant Ayu Jaya)**

Ahyar¹, Budiyanto², dan Irdam Riani²

1) Mahasiswa Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan Perikanan FPIK UHO

2) Dosen Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan Perikanan FPIK UHO

E-mail : ahyarmanaba@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, dan efisiensi pemasaran pada usaha pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya. Penelitian ini dilakukan pada MP. Ayu Jaya yang terletak di Desa Tiga, Kecamatan Tiworo Utara, Kabupaten Muna Barat. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2019. Jenis penelitian ini adalah penelitian studi kasus. jumlah responden dalam penelitian ini adalah dua orang yaitu pemilik usaha dan tenaga kerja tetap yang diperoleh melalui *purposive sampling*. Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan meliputi, jumlah dan harga faktor produksi, jumlah dan harga produk yang dipasarkan, proses produksi dan proses pemasaran. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis efisiensi pemasaran dengan rumus $EP = \text{Total biaya/nilai produk}$, ($EP = \text{Efisiensi pemasaran}$). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jumlah saluran pemasaran pada MP. Ayu Jaya adalah satu saluran dengan empat lembaga pemasaran yaitu Nelanyan tangkap – MP. Ayu Jaya – pengumpul - eksportir. Hasil analisis menunjukkan rata-rata efisiensi pemasaran 0,413. Hasil analisis efisiensi pemasaran menunjukkan $EP < 1$, yang menunjukkan bahwa pemasaran pada MP. Ayu Jaya tergolong efisien.

Kata Kunci : MP. Ayu Jaya, Olahan Kepiting Rajungan, Efisiensi Pemasaran

ABSTRACT

This research aimed to determine the marketing channel and efficiency of blue swimming crab mini plant at MP. Ayu Jaya in Tiga Village, North Tiworo Sub-District, West Muna District South East Sulawesi. This research was conducted on January 2019. This research use two respondents which were the owner and employee of the mini plant. The samples were chosen by purposive sampling method. Data were obtained by direct interview using questionnaires. The collected data in this research were production, production cost and marketing process. The data were analyzed using marketing efficiency analysis with equation $EP = \text{Marketing Cost/Product Value}$, where $EP = \text{Marketing Efficiency}$. The results showed that MP. Ayu Jaya consisted of three marketing channel from fishermen that sell the blue swimmer crab to the mini plant and then the mini plant sell the processed crab to collector. Result of marketing efficiency showed that the average marketing efficiency was 0,413. Marketing efficiency result showed that $EP < 1$, indicating that the marketing at MP. Ayu Jaya is classified as efficient.

Keywords : Swimming Crab Mini Plant, Market, Efficiency

PENDAHULUAN

Sektor perikanan sebagai salah satu pendukung sektor ekonomi yang memiliki peran dalam pembangunan ekonomi nasional, yaitu memberikan nilai tambah dan mempunyai nilai strategis, serta dapat memberikan

manfaat finansial maupun ekonomi, khususnya dalam penyediaan bahan pangan protein, perolehan devisa, dan penyediaan lapangan kerja. Kontribusi sektor perikanan dan kelautan terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Nasional mencapai sekitar 12,4%,

bahkan industri Perikanan menyerap lebih dari 16 juta tenaga kerja secara langsung (Dahuri, 2004).Kepiting rajungan (*Portunus pelagicus*) merupakan jenis *Crustacea* yang termasuk hewan penghuni dasar air laut dan sesekali berenang mendekati permukaan air laut untuk mencari makanan, sehingga hewan ini disebut juga sebagai *blue swimming crab* (kepiting berenang).

Efisiensi pemasaran dapat terjadi yaitu pertama, jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran menjadi lebih tinggi; kedua, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi; ketiga, tersedia fasilitas fisik pemasaran; keempat, adanya kompetisi pasar yang sehat. Saluran pemasaran dikatakan efisien bila mampu mendistribusikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah mudahnya dan mampu membagi keuntungan yang adil kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran (Mubyarto, 1989).

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Kotler, 2001). Salah satu usaha pengolahan kepiting rajungan yang berada di Desa Tiga, Kecamatan Tiworo Utara, Kabupaten Muna Barat adalah MP. Ayu Jaya. Produk yang dihasilkan MP. Ayu Jaya adalah olahan kepiting rajungan tanpa cangkang. MP. Ayu Jaya melakukan pemasaran pada pedagang besar yang berada di Kota Kendari. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran pada

usaha pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya, untuk mengetahui berapa besar pendapatan yang di hasilkan pada usaha pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya, Untuk mengetahui efisiensi pemasaran pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan di Desa Tiga, Kecamatan Tiworo Utara, Kabupaten Muna Barat, penelitian ini di pilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan di MP. Ayu Jaya adalah salah satu usaha olahan kepiting rajungan yang ada di Desa Tiga.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*) dengan satuan kasusnya adalah pemilik usaha yang terlibat dalam kegiatan pengolahan kepiting rajungan di Desa Tiga, Kecamatan Tiworo Utara, Kabupaten Muna Barat. Studi kasus menurut Nazir (1998) adalah penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Unit kasus dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dalam melakukan pengolahan kepiting rajungan di Desa Tiga, Kecamatan Tiworo Utara, Kabupaten Muna Barat

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Soekartawi, 2006) yaitu:

$$Ep = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran}}{NP}$$

Keterangan:

Ep = efisiensi pemasaran

NP = nilai produk

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika EP > 1, berarti tidak efisien

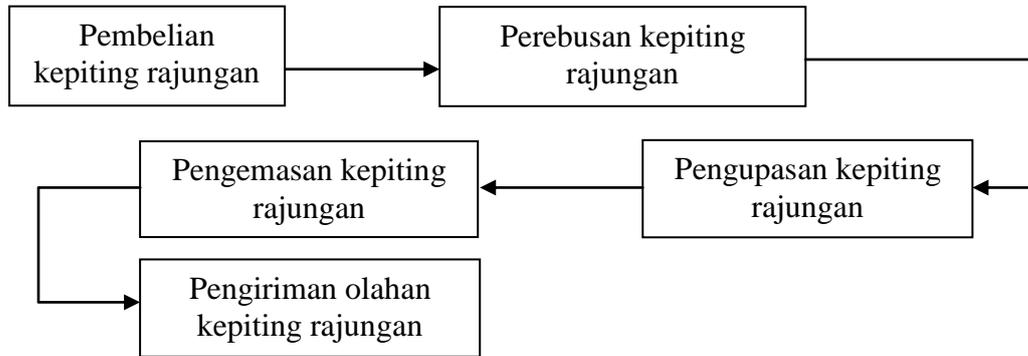
Jika EP < 1, berarti efisien

PEMBAHASAN

Proses Produksi

Proses produksi adalah suatu kegiatan yang mengkombinasikan dan mengelola

input yang tersedia untuk menghasilkan output. Proses ini akan menentukan kualitas produk yang dihasilkan. Pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya melewati beberapa tahapan proses produksi yaitu:



Gambar 1. Alur Proses Produksi MP. Ayu Jaya

Gambar 1, maka alur produksi pengolahan kepiting rajungan MP. Ayu Jaya maka dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Proses pembelian kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya, yaitu dengan cara nelayan datang langsung ke MP. Ayu Jaya. Pembayaran dilakukan dengan periode 1 bulan kerja. Pembayaran dilakukan sesuai dengan jumlah kepiting rajungan yang dibeli dalam kurun waktu 1 bulan.
2. Perebusan kepiting rajungan. Perebusan dilakukan sesuai dengan frekuensi pembelian dalam satu hari.
3. Pengupasan kepiting rajungan dilakukan secara manual dengan bantuan pisau. Tenaga kerja pengupas kepiting rajungan sebanyak 17 orang dengan upah 10.000/kg kepiting rajungan.

4. Peyortiran dilakukan untuk memisahkan antara produk yang baik dan yang tidak baik. Produk yang tidak baik tidak dipasarkan melainkan di konsumsi sendiri. Sementara produk yang baik akan dikemas.
5. Pengemasan dilakukan terpisah berdasarkan bagian daging kepiting, seperti daging jumbo, daging reguler, dan daging merah/capit.
6. Pengiriman olahan kepiting rajungan dilakukan 2 hari sekali. Sebelum dilakukan pengiriman olahan kepiting rajungan di simpan dalam gabus berisi es.

Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran MP. Ayu Jaya dapat dihatat pada Gambar 2.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Olahan Kepiting Rajungan Di MP. Ayu Jaya

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran MP. Ayu Jaya terdiri dari empat lembaga pemasaran, mulai dari nelayan tangkap – MP. Ayu Jaya – pedagang besar – eksportir.

Saluran pemasaran MP. Ayu Jaya melibatkan 4 lembaga pemasaran, yaitu nelayan tangkap, MP. Ayu Jaya, pedagang besar dan eksportir. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ria *dkk* (2014) dengan hasil menunjukkan bahwa lembaga pemasaran olahan kepiting rajungan di Desa Betahwalang terdiri dari lima lembaga pemasaran yaitu produsen, pedagang pengumpul, *mini plant*, eksportir dan konsumen.

Berdasarkan pola saluran pemasaran olahan kepiting rajungan tersebut jelas bahwa produsen dalam memasarkan olahan kepiting rajungan sampai kepada eksportir yaitu melalui pedagang perantara. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Swastha dan Irawan (2007),

yang menyatakan bahwa produsen dalam mendistribusikan barang atau produksinya hampir selalu menggunakan pedagang perantara sebagai penyalur. Penyalur ini bertindak dalam posisi antara produsen dan konsumen.

Biaya

Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dipengaruhi oleh banyaknya *output*/hasil produksi pada usaha pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya. Dalam kegiatan usaha di perlukan faktor-faktor produksi berupa modal, bangunan dan tenaga kerja yang diolah sebaik mungkin sehingga mendapatkan *output*. Input produksi merupakan suatu kegiatan yang mengkombinasikan dan mengelola input yang tersedia untuk menghasilkan *output* dan untuk meningkatkan kegunaan suatu barang untuk memenuhi kebutuhan. Biaya yang di gunkan oleh MP. Ayu Jaya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Biaya Variabel Pada Usaha Pengolahan Kepiting Rajungan Di MP. Ayu Jaya

No	Jenis biaya	Jumlah	Satuan	Rata-rata (Rp/pengiriman)
1	Biaya Variabel			
	-Kepiting	160,0	Kg	4.820.000
	- Solar	15,0	Liter	97.500
	- Plastik Mika	90,0	Bungkus	22.493
	- Plastik PE	90,0	Bungkus	35.9891
	- Biaya Pengupasan	160,0	Kg	606.667
	- Air Bersih	1,0	Drum	10.000
	- Es Batu	9,4	Buah	18.800
	- Gas	1,9	Buah	48.333
	- Karet Gelang	171,7	Biji	1.839
Total				6.661.621

Sumber : Data primer setelah diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa rata-rata biaya variabel perpengiriman yang tertinggi adalah kepiting rajungan sebesar Rp 4.820.000 dan yang terendah

adalah karet gelang sebesar Rp1.839. Rata-rata biaya variabel dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-Rata Biaya Variabel Pada Usaha Pengolahan Kepiting Rajungan Di MP. Ayu Jaya

Kriteria	Total Biaya Variabel (Rp/Pengiriman)
Tertinggi	8.856.340
Terendah	3.320.204
Rata-Rata	6.634.022

Sumber : Data primer setelah diolah,2019

Biaya variabel yang merupakan pengeluaran biaya yang dibutuhkan dalam proses pengolahan kepiting rajungan dimana untuk biaya variabelnya bahwa berdasarkan Tabel 2, rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan dalam satu kali pengiriman sebesar Rp6.634.022 terjadi pada bulan Januari 2019 dengan biaya variabel tertinggi dalam satu kali pengiriman sebesar Rp8.856.340 terjadi pada tanggal 20 Januari 2019 dan biaya variabel yang di keluarkan dalam satu kali pengiriman terendah sebesar Rp3.320.204 terjadi pada tanggal 18 Januari 2018. Jumlah total biaya yang digunakan MP. Ayu

Jaya selama bulan Januari adalah sebesar Rp104.445.931. Hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairul (2015) yang menyatakan bahwa, total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp83.507.000/bulan.

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu (Mulyadi, 2015). Adapun biaya tetap pada usaha pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Investasi Pada Usaha Pengolahan Kepiting Rajungan di MP. Ayu Jaya

No	Jenis Biya	Jumlah	Harga Rp	Total
1	Rumah Produksi	1	7.000.000	7.000.000
2	Talenan/Talang/Baki	20	10.000	200.000
3	Peti Es	2	1.000.000	2.000.000
4	Gabus	5	120.000	600.000
5	Kompor	2	600.000	1.200.000
6	Panci	2	300.000	600.000
7	Tabung	4	180.000	720.000
8	Keranjang	4	30.000	120.000
9	Basket	1	50.000	50.000
10	Timbangan	2	450.000	900.000
11	Mesin	1	17.000.000	17.000.000
12	Drum	1	250.000	250.000
13	Perahu Fiber	1	25.000.000	25.000.000
Jumlah				57.140.000

Sumber : Data primer setelah diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3 untuk investasi pada MP. Ayu Jaya di Desa Tiga, Kecamatan Tiworo Utara, Kabupaten Muna Barat adalah sebesar Rp57.140.000, dengan investasi tertinggi sebesar Rp25.000.000 untuk item perahu fiber dan terendah sebesar Rp50.000 untuk item basket. Namun nilai pada Tabel 3 belum bisa digunakan untuk melakukan perhitungan lebih lanjut, sehingga harus dilakukan

penyusutan terlebih dahulu. Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa total penyusutan sebesar Rp30.515, dengan penyusutan tertinggi sebesar Rp13.889 untuk item perahu Fiber dan penyusutan terendah sebesar Rp28 untuk item talenan. Untuk memperoleh biaya yang digunakan dalam satu kali pengiriman, maka biaya tetap di atas dihitung penyusutannya. Penyusutan biaya tetap dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Penyusutan Biaya Tetap

No	Jenis Biaya	Penyusutan/pengiriman (Rp)
1	Biaya tetap	
	-Rumah Produksi	2.593
	-Talenan/talang/baki	28
	-Peti es	556
	-Gabus	133
	-Kompor	667
	-Panci	333
	-Tabung	200
	-Keranjang	33
	-Basket	56
	-Timbangan	500
	-Mesin	9.444
	-Drum	2.083
	-Perahu Fiber	13.889
Total		30.515

Sumber : Data primer setelah diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa total penyusutan biaya tetap yang dikeluarkan perpengiriman sebesar Rp30.515 dengan

penyusutan biaya tetap tertinggi sebesar Rp100.000 dan terendah sebesar Rp28

Tabel 5. Biaya Tetap Per Pengiriman

No	Uraian	Biaya Tetap (Rp/Pengiriman)
1	Penyusutan Investasi	30.515
2	Gaji Karyawan Tetap	100.000
Jumlah		130.515

Sumber : Data primer setelah diolah,2019

Gaji karyawan dalam satu bulan adalah Rp1.500.000. Dalam kurun waktu satu bulan terdapat 15 kali pengiriman, sehingga dapat dikatakan gaji karyawan dalam satu kali pengiriman adalah sebesar Rp100.000.

Total Biaya

Biaya pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya di Desa Tiga Kecamatan Tiworo Utara Kabupaten Muna Barat dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Total Biaya Per Pengiriman Pada Proses Produksi Pengolahan Kepiting Rajungan di MP. Ayu Jaya.

Jenis Biaya	Total Biaya/pengiriman (Rp)
Biaya Tetap	130.515
Biaya Variabel	6.634.022
Jumlah	6.764.537

Sumber : Data primer setelah diolah,2019

Berdasarkan Tabel 6 total biaya per pengiriman yang di keluarkan sebesar Rp6.764.537 dengan biaya variabel yang di keluakan sebesar Rp6.634.022 dan biaya tetap yang di keluarkan sebesar Rp130.515.

Penerimaan

Penerimaan olahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya di Desa Tiga Kecamatan Tiworo Utara Kabupaten Muna Barat dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Penerimaan Olahan Kepiting Rajungan MP. Ayu Jaya

Kriteria	Penerimaan (Rp/pengiriman)
Tertinggi	15.050.000
Terendah	5.530.000
Rata-Rata	11.246.667

Sumber : Data primer setelah diolah,2019

Berdasarkan Tabel 7 penerimaan yang diperoleh dari kegiatan usaha pengolah kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya menunjukkan bahwa rata-rata total penerimaan dalam sekali produksi yaitu sebesar Rp11.246.667. Total penerimaan tertinggi yaitu sebesar Rp15.050.000/pengiriman dan total penerimaan terendah yaitu sebesar

Rp5.530.000. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ria (2014) yang menunjukkan bahwa rata-rata penerimaan per produksi adalah sebesar Rp5.766.159. Hasil penerimaan dari kegiatan usaha pengolah kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya menunjukan total penerimaan yang bervariasi, hal ini disebabkan karena perbedaan hasil

produksi yang dilakukan oleh pengolah kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya. Hal ini didukung oleh Febriansyah dan Fathoni (2018) yang menyatakan bahwa harga dan jumlah produksi merupakan indikator penentu dalam memperoleh penerimaan, semakin tinggi harga dan produksi yang dihasilkan maka penerimaan yang diperoleh juga semakin tinggi. Selain itu Sabri (2010) bahwa besarnya penerimaan hasil usaha tergantung dari jumlah barang yang dapat dihasilkan dan harga jual yang diperoleh. Selain itu menurut Soekartawi (2006) yang menyatakan bahwa penerimaan merupakan jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa jumlah produksi MP. Ayu Jaya perbulan adalah sebesar 700 kg. Proses pengiriman yang dilakukan MP. Ayu Jaya pada saat penelitian adalah 15 kali/bulan, dengan total olahan kepiting rajungan yang dikirim sebanyak 675 kg. Perbedaan jumlah produksi dan jumlah pengiriman pada MP. Ayu Jaya dikarenakan oleh sistem pengiriman yang dilakukan setiap dua hari sekali. Karena pada bulan Januari terdiri dari 31 hari sehingga pengiriman terakhir terjadi pada tanggal 30 Januari dan

mengakibatkan masih ada stok olahan kepiting rajungan yang belum di kirim, dan akan dikirim pada bulan berikutnya.

Kegiatan produksi olahan kepiting rajungan pada MP. Ayu Jaya dilakukan setiap hari dengan kisaran produksi dari 5,6 kg hingga 36 kg. Produksi tertinggi terjadi pada tanggal 29 Januari dan terendah terjadi pada tanggal 17 Januari dengan rata-rata produksi perhari adalah 22,58 kg. Kegiatan pengiriman dilakukan sebanyak 15 kali dengan kisaran dari 22,12 kg hingga 60,20 kg. Jumlah pengirrirman tertinggi terjadi pada tanggal 20 Januari dan terendah pada tanggal 18 Januari dan rata-rata jumlah per pengiriman sebesar 45 kg. MP. Ayu Jaya membeli kepiting rajungan dari nelayan tangkap dengan harga Rp30.000/kg dan setelah diolah menjadi olahan kepiting rajungan tanpa cangkang dijual dengan harga Rp250.000/kg. Jumlah produksi dan harga akan menentukan jumlah penerimaan MP. Ayu Jaya setiap pengiriman.

Penerimaan dan total biaya produksi berpengaruh terhadap pendapatan, jika penerimaan lebih besar dari total biaya maka pendapatan yang di terima MP. Ayu Jaya akan semakin besar.

Pendapatan

Tabel 8. Pendapatan Usaha Pengolahan Kepiting Rajungan Di MP. Ayu Jaya.

Kriteria	Pendapatan (Rp/pengiriman)
Tertinggi	6.063.145
Terendah	2.079.281
Rata-Rata	4.457.863

Sumber : Data primer setelah diolah,2019

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa kegiatan usaha pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya menunjukan bahwa rata-rata pendapatan dalam sekali pengiriman yaitu sebesar Rp4.457.863 pendapatan tertinggi yaitu sebesar Rp6.063.145/pengiriman dan pendapatan

terendah yaitu sebesar Rp2.079.281 /pengiriman. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairul (2015) yang menyatakan bahwa pendapatan yang di peroleh pengolah kepiting rajungan adalah sebesar Rp1.070.200/produksi. Jumlah tersebut

dapat berbeda di karenakan adanya penerimaan yang berbeda dan jumlah biaya yang dikeluarkan berbeda pada ke dua usaha yang diamati tersebut. Perbedaan pendapatan tertinggi dan terendah yang diperoleh setiap pengiriman tergantung dari berapa besar penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan dan total biaya yang dikeluarkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Tohir dalam Rosvita (2012) menyatakan bahwa pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dan pengeluaran biaya (biaya total).

Pendapatan yang tertinggi pada tanggal 20 Januari 2019 yaitu sebesar Rp6.063.145/pengiriman, dengan nilai penerimaan sebesar Rp15.050.000/pengiriman dan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp5.530.000/pengiriman. Dan pendapatan yang terendah pada tanggal 18 Januari 2019 yaitu sebesar Rp2.079.281/pengiriman, dengan nilai penerimaan sebesar Rp5.530.000/pengiriman dan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp3.450.719/pengiriman. Besarnya nilai pendapatan tersebut dipengaruhi oleh jumlah penerimaan dan total biaya produksi yang

di keluarkan.

Pendapatan yang diperoleh MP. Ayu Jaya yang berada di Desa Tiga Kecamatan Tiworo Utara Kabupaten Muna Barat. Dari penerimaan hasil penjualan yang diperoleh dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Sesuai dengan pernyataan Siang dan Asis (2010), yang menyatakan bahwa rumus mencari nilai pendapatan adalah total *revenue* atau total penerimaan dikurangi dengan total cost atau total biaya. Selain itu Alex (2004), menyatakan bahwa jumlah yang diperoleh dari penerimaan hasil penjualan produksi setelah dikurangi dengan total biaya produksi selama periode tertentu, sehingga untuk mengetahui pendapatan maka perlu diketahui jumlah penerimaan dan biaya yang dikeluarkan.

Efisiensi pemasaran

Biaya pemasaran

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pelaku usaha kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Biaya Pemasaran Usaha Pengolahan Kepiting Rajungan di MP. Ayu Jaya.

Kriteria	Biaya Pemasaran/pengiriman
Tertinggi	2.536.855
Terendah	1.080.719
Rata-Rata	1.968.803

Sumber : Data primer setelah diolah,2019

Berdasarkan Tabel 9 terlihat bahwa rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam satu kali pengiriman sebesar Rp1.968.803 dengan biaya pemasaran yang di keluarkan tertinggi sebesar Rp2.536.855. dan Biaya pemasaran yang di keluarkan terendah sebesar 1.080.719.

Biaya pemasaran yang di keluarkan oleh

pelaku usaha kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya dapat dilihat pada Tabel 9. terlihat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan rata-rata dalam satu kali pengiriman sebesar Rp1.968.803 dengan biaya pemasaran yang di keluarkan tertinggi sebesar Rp2.536.855 dan Biaya pemasaran yang dikeluarkan terendah sebesar 1.080.719. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang di

lakukan oleh Ria (2014) yang menyatakan bahwa biaya pemasaran berbeda pada tingkat produsen. Biaya pemasaran merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usaha olahannya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu alat ukur berupa uang

yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usaha olahannya (Rahim dan Dwi, 2007).

Efisiensi

Efisiensi pemasaran digunakan untuk mengetahui usaha pengolahan kepiting rajungan apakah sudah efisien atau tidak dan dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Efisiensi Pemasaran Usaha Pengolahan Kepiting Rajungan di MP. Ayu Jaya.

Kriteria	Efisiensi/Pengiriman
Tertinggi	0,393
Terendah	0,456
Rata-Rata	0,413

Sumber : Data primer setelah diolah,2019

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika $EP > 1$, berarti tidak efisien

Jika $EP < 1$, berarti efisien

Berdasarkan Tabel 10 terlihat bahwa rata-rata efisiensi pemasaran yang diperoleh perpengiriman sebesar 0,413 dengan nilai efisiensi tertinggi sebesar 0,393 dan terendah sebesar 0,456. Hasil pemasaran kepiting rajungan MP. Ayu Jaya sampai ke tangan eksportir dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari seluruh harga yang dibayar oleh eksportir dari semua pihak yang berperan serta dalam kegiatan pemasaran tersebut atau yang terlibat dalam saluran pemasaran yang terjadi. Berdasarkan Tabel 10 dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh MP. Ayu Jaya sudah efisien karena nilai efisiensinya < 1 .

Syamsiah (2008) menyatakan bahwa banyaknya rangkaian jual beli yang dialami oleh suatu komoditi sejak diproduksi sampai pada konsumen akhir mempengaruhi efisiensi pemasaran produk-produk yang bersangkutan dan juga menginformasikan semakin banyak jumlah transaksi yang dialami suatu barang sebelum mencapai konsumen

akhir semakin besar biaya pemasaran yang ditimbulkan, karena setiap transaksi dijadikan sumber-sumber keuntungan bagi pelakunya. Selanjutnya bahwa semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistem pemasarannya. Efisiensi pemasaran sangat dipengaruhi oleh efisiensi sistem transportasi yang menghubungkan lokasi produsen dan konsumen.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran pada usaha pengolahan kepiting rajungan di Desa Tiga Kecamatan Tiworo Utara Kabupaten Muna Barat saluran pemasaran yang dilakukan MP. Ayu Jaya terdiri dari empat lembaga pemasaran, mulai dari Nelayan tangkap MP. Ayu Jaya, pedagang besar, dan eksportir.
2. Pendapatan yang dihasilkan pada usaha pengolahan kepiting rajungan di Desa Tiga, Kecamatan Tiworo

Utara, Kabupaten Muna Barat, Studi Kasus Pada MP. Ayu Jaya rata-rata pendapatan yang didapatkan sebesar Rp4.457.525/ pengiriman dengan tertinggi sebesar Rp6.063.145/ pengiriman dan terendah sebesar Rp2.079.281/ pengiriman.

3. Pemasaran yang dilakukan oleh usaha pengolahan kepiting rajungan di MP. Ayu Jaya sudah efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex, S. 2004. Manajemen Personalialia. Ghalia Indonesia. Jakara.
- Dahuri, R. 2004. Pembungan Kawasan Pesisir dan Lautanan : Tinjauan Aspek Ekologis dan Ekonomi. Penebar Swadaya. Jakarta
- Febriansyah, E., Sri, D.N. dan Fathoni, Z. 2018. Pengaruh Program Desa Mandiri Pangan dalam Meningkatkan Pendapatan Usahatani. Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis, 21(1): 1-9.
- Khairul, A, H. 2015. Analisis Usaha Pengolahan Rajungan (*Portunus Pelagicus*) Di Desa Sungai Buluh Kecamatan Singkep Barat Kabupaten Lingga Provinsi Kepulauan Riau. Skripsi. Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan. Universitas Riau.
- Kotler, 2001. Manajemen Pemasaran Di Indonesia. Salemba Empat. Jakarta.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Ilmu Pertanian. LP3ES. Jakarta
- Mulyadi. 2015. *Akutansi biaya*. Yokyakarta : sekolah tinggi ilmu manajemen
- Nazir M., 1998. Metode Penelitian. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Rahim dan Dwi,H.D.R. 2007. *Ekonomika Pertanian (Pengantar Teori dan Kasus)*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Ria, E.A. 2014. Analisis Distribusi Pemasaran Rajungan (*Portunus Pelagicus*) di Desa Betahwalang Kabupaten Demak. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro. Jawa Tengah.
- Rosvita, Vanya. 2012. Analisis Keuntngan Usaha Tani Padi Sawah di Desa Labangka Kecamatan Babulu Kabupaten Penajam Paser Utara.
- Sabri, H.N. 2010. Analisis Penerimaan Bersih Usaha Tanaman Pada Petani Nenas di Desa Palaran Samarinda.Jurnal Eksis. 6(1) :1415-1428
- Siang, R.D. dan Aziz, N. 2010. Struktur Biaya dan Profitabilitas Usaha Minipalnt Rajungan (*Portunus pelagicus*). Jurnal Bisnis Perikanan FPIK UHO 2(1) : 91-100
- Soekartawi, 2006. Analisis Usaha Tani. UI Press. Jakarta
- Swasta, B dan Irawan. 2007. Manajemen Pemasaran Modern, FE UGM : Yogyakarta.
- Syamsiah, 2008. Analisis Permintaan dan Efisiensi Pemasaran Wortel Di Kota