

**ANALISIS TATANIAGA KEPITING HASIL PRODUKSI DESA
PANTAI GADING, KECAMATAN SECANGGANG,
KABUPATEN LANGKAT
(Studi Kasus: Desa Pantai Gading, Kecamatan Secanggang, Kabupaten
Langkat)**

Maya Anggraini S*), Diana Chalil), Rahmanta Ginting **)**

- *) Alumni Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara
Jl. Jamin Ginting, Gang Keluarga No. 8 Padang Bulan, Medan
Hp. 085373932285, E-mail: mayaanggraini11@gmail.com
- ***) Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara

ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya produksi kepiting, pada setiap tahun mengalami fluktuasi. Tetapi rentan lima tahun terakhir mengalami penurunan harga. Hal ini disebabkan saluran tataniaga yang kurang efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran tataniaga, fungsi tataniaga, *price spread* dan *share margin*, serta efisiensi terhadap setiap saluran tataniaga kepiting di Desa Pantai Gading. Penarikan sampel dilakukan dengan metode penelusuran yang terdiri dari 15 sampel produsen, 5 sampel agen, 4 sampel pedagang pengecer desa, 5 sampel pedagang pengecer Medan. Data yang digunakan adalah data primer data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode *Shepherd*, Metode Acharya dan Aggarwal, *Composite Index Method*, *Marketing Efficiency Index Method* dan Metode Soekartawi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: terdapat empat saluran tataniaga kepiting di Desa Pantai Gading yaitu I) Produsen – Agen – Pedagang Pengecer Desa – Konsumen, II) Produsen – Agen – Pedagang Pengecer Medan – Konsumen, III) Produsen – Pedagang Pengecer – Konsumen, IV) Produsen – Konsumen. Saluran IV mempunyai margin tataniaga terendah dan merupakan saluran tataniaga yang paling efisien.

Kata kunci: *Kepiting, Tataniaga, Efisiensi, Share Margin, Price Spread*

ABSTRACT

As the crab production increases, its selling price fluctuates each year. However, its selling price has decreased within the past five years. This is due to the less efficient commerce channels. This study is aimed at analysing the commerce channel, the function of commerce channel, the price spread and share margin, and the efficiency of each commerce channel of crab in Pantai Gading village. Trace sampling method used in this study, and 15 producers, 5 distributors, 4

retailers in Pantai Gading village, 5 retailers in Medan were taken as the samples. The data used in this study were both primary and secondary data. The data analysed using Shepherd Method, Acharya and Aggarwal Method, Composite Index Method, Marketing Efficiency Index Method and Soekartawi Method. The results of this study showed that there were four channels of crab commerce in Pantai Gading Village that included (i) Producers - Distributors - Retailers in Pantai Gading Village - Consumers; (ii) Producers - Distributors - Retailers in Medan - Consumers; (iii) Producers - Retailers - Consumers; and (iv) Producers - Consumers. The fourth channel was in the lowest commerce channel margin and was the most efficient commerce channel.

Keywords: Commerce channel, efficiency, price spread, share margin

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kepiting Bakau (*Scylla Sp.*) atau dikenal dengan Kepiting Soka merupakan salah satu komoditas perikanan yang hidup di perairan pantai, khususnya di hutan-hutan bakau (*Mangrove*). Dengan sumber daya hutan bakau yang luas, maka Indonesia dikenal sebagai pengeksport kepiting yang cukup besar dibandingkan dengan negara-negara lainnya (Irmawati, 2005).

Untuk semester I tahun 2013, dari Indonesia ekspor kepiting dan produk olahannya mencapai 19.786 ton. Volume ekspor ini meningkat 25,76% dibandingkan periode yang sama tahun 2012 yaitu 15.733 ton. Adapun nilai ekspor kepiting tercatat pada tahun 2012 lalu US\$ 183,7 juta pada semester I atau setara dengan Rp 2,09 triliun, menjadi US\$ 198,0 juta (Rp 2,25 triliun) naik 7,82% pada semester I tahun 2013. Amerika Serikat menjadi pasar ekspor kepiting terbesar dengan volume ekspor 5.711 ton senilai US\$ 104,7 juta atau Rp 1.193 triliun.

Tabel 1. Produksi dan Harga Pembeli Kepiting di Kabupaten Langkat

Tahun	Produksi (Ton)	Harga Pembeli (Rp/Kg)
2013	356,4	25.000
2012	356,4	30.000
2011	392,0	40.000
2010	356,4	25.000
2009	320,1	20.000

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat, 2014

Kabupaten Langkat adalah salah satu daerah sentra produksi Kepiting Bakau. Jumlah tambak yang ada di Kabupaten Langkat meliputi 8 kecamatan yaitu Secanggang, Tanjung Pura, Gebang, Babalan, Sei Lapan, Brandan Barat, Besitang dan Pangkalan Susu, dengan luas sekitar 2.010 Ha (2014) yang berpotensi sebagai pengembangan tambak udang dan kepiting. Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi kepiting di Kabupaten Langkat relatif stabil, namun harga berfluktuatif dan cenderung menurun. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah saluran tataniaga yang ada kurang efisien.

Latar belakang tersebut, penelitian bertujuan untuk menganalisis saluran tataniaga kepiting yang terjadi di Desa Pantai Gading, Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat, untuk menganalisis fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan pada setiap saluran tataniaga kepiting di Desa Pantai Gading, Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat, untuk menganalisis margin tataniaga, *price spread*, *share margin* yang diterima oleh masing-masing saluran tataniaga kepiting Desa Pantai Gading, Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat, untuk menganalisis tingkat efisiensi tataniaga kepiting di Desa Pantai Gading, Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Tataniaga adalah suatu sistem yang meliputi cara, model strategi penyampaian barang dan jasa dari sektor produsen ke konsumen. Rangkaian proses penyampaian ini banyak variasinya yang mempengaruhi keadaan sosial budaya dalam perekonomian masyarakat (Srigandono, 1998).

Biaya tataniaga terbentuk atau terjadi sebagai konsekuensi logis dari pelaksanaan fungsi-fungsi tataniaga. Biaya tataniaga ini menjadi bagian tambahan harga dari barang-barang yang harus ditanggung oleh konsumen. Oleh sebab itu, biaya tataniaga yang tinggi akan membawa efek pada harga beli konsumen. Disamping itu biaya tataniaga yang tinggi juga akan membuat sistem tataniaga kurang atau tidak efisien (Gultom, 1996).

Efisiensi tataniaga untuk komoditas pertanian dalam suatu sistem tataniaga dianggap efisien apabila: Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan tataniaga (Mubyarto, 1995).

Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Agnes Artha Sari Togatorop (2011) yang berjudul Analisis Tataniaga Ikan Asin di Kelurahan Belawan Bahari, Kecamatan Medan Belawan, Kotamadya Medan. Penentuan daerah penelitian dilakukan dengan *purposive sampling* yaitu di daerah penelitian. Metode penentuan sampel untuk sampel produsen adalah metode simple random sampling dengan sampel 36 orang. Sedangkan pedagang perantara dengan metode incidental dengan sampel 11 orang.

Berdasarkan penelitian Ni Putu Ayuning Wulan Pradnyani Mahayana (2012) yang berjudul Tataniaga Rumput Laut di Desa Kutuh dan Kelurahan Benoa, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Metode analisis data dilakukan dengan metode deskriptif. Penarikan responden dilakukan dengan *purposive sampling*. Responden lembaga tataniaga sebanyak 35 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran tataniaga di daerah penelitian. Tataniaga rumput laut ini termasuk efisien karena pelaksanaan peningkatan kualitas kadar air pada rumput laut mampu memenuhi permintaan eksportir.

METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan secara *purposive* di Desa Pantai Gading, Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat karena daerah ini merupakan salah satu daerah sentra produksi tambak kepiting terbesar di Sumatera Utara, dengan jumlah produksi budidaya kepiting sebanyak 870,6 ton (Dinas Perikanan Budidaya Sumatera Utara, 2014).

Metode Penentuan Sampel

Metode penentuan sampel penelitian dengan Metode *Accidental*. Dengan menggunakan tehnik *nonprobability sampling* sebanyak 15 sampel produsen kepiting.

Metode penarikan sampel dengan menggunakan metode penelusuran (*tracer study*), maka diperoleh agen pengumpul sebanyak 5 sampel, pedagang pengecer desa sebanyak 4 sampel, pedagang pengecer Medan sebanyak 5 sampel.

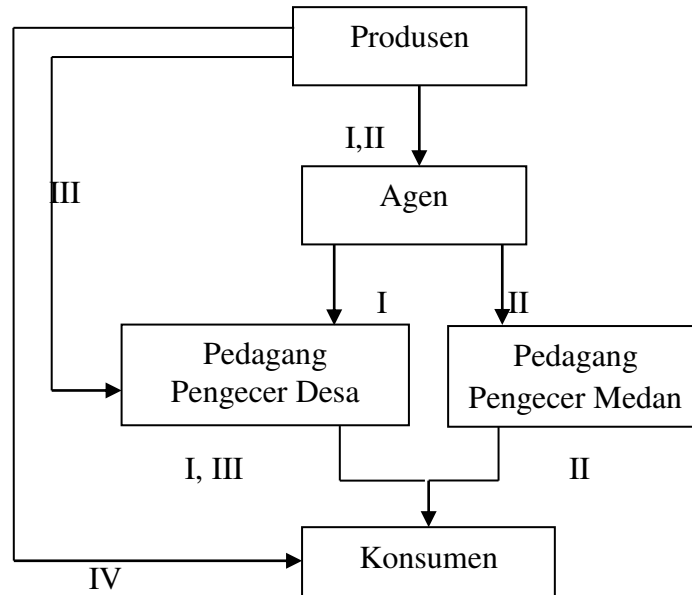
Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan responden di daerah penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi terkait, seperti Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat, Dinas Perikanan dan Budidaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Tataniaga Kepiting Desa Pantai Gading

Dari hasil survei diperoleh informasi sebagai berikut.



Gambar 1. Skema Saluran Tataniaga Kepiting

Saluran I dalam tataniaga kepiting di Desa Pantai Gading yaitu para produsen menjual kepiting dengan mendatangi langsung rumah agen kepiting. Produksi produsen mulai dari 20 kg sampai 200 kg setiap panen. Untuk pedagang pengecer

desa membeli kepiting langsung dari agen untuk menjual kembali kepada konsumen.

Saluran II dalam tataniaga kepiting di Desa Pantai Gading yaitu produsen menjual kepiting kepada agen. Volume produksi produsen mulai dari 30 kg sampai 150 kg. Agen lalu mengangkut kepiting dan menjualnya kepada pedagang pengecer Medan. Pedagang pengecer Medan lalu menjual kembali kepada konsumen.

Saluran III, yaitu produsen menjual kepiting kepada pedagang pengecer desa. Kemudian pedagang pengecer dapat menjual langsung kepiting tersebut kepada konsumen. Para pedagang pengecer biasanya berjualan di pasar Stabat dan sebagian konsumen datang kerumah pedagang pengecer tersebut.

Saluran IV, produsen menjual langsung kepiting kepada konsumen. Konsumen dapat mendatangi langsung rumah produsen kepiting atau dapat diantarkan ke rumah konsumen. Konsumen yang membeli langsung dari produsen biasanya mendapatkan harga lebih murah dibandingkan jika membeli dari pedagang pengecer. Untuk rata – rata konsumen membeli kepiting dari produsen adalah sebesar 10 kg - 20 kg.

Fungsi-fungsi Tataniaga Lembaga Tataniaga Kepiting

Setiap lembaga tataniaga melakukan fungsi-fungsi tataniaga yang bertujuan untuk memperlancar penyampaian kepiting dari produsen sampai ke konsumen akhir.

Tabel 2. Fungsi-fungsi Tataniaga yang Dilakukan Lembaga Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading

No	Fungsi Tataniaga	Produsen	Agen	Pedagang Pengecer Desa	Pedagang Pengecer Medan
1	Pembelian	X	√	√	√
2	Penjualan	√	√	√	√
3	Pengangkutan	√	√	√	√
4	Penyimpanan	√	√	√	√
5	Pengolahan	√	X	X	x
6	Standarisasi	√	√	√	√
7	Pembiayaan	√	√	√	√
8	Penanggungan Resiko	√	X	√	√
9	Informasi Pasar	√	√	√	√

Sumber: Data Primer Diolah

Produsen melakukan hampir seluruh fungsi tataniaga kecuali fungsi pembelian. Untuk menghasilkan kepiting, produsen melakukan fungsi standarisasi ukuran. Kepiting yang akan dijual sebelumnya akan dilakukan pemilihan ukuran. Ukuran

yang lebih kecil dari 150 ons diolah menjadi kepiting soka. Ukuran yang lebih dari 150-250 ons inilah yang akan dijual kepasar dan diekspor.

Kepiting yang diproduksi produsen kemudian dikemas, disimpan dan dijual ke agen. Pengemasan berupa plastik atau jaring. Produsen juga mengeluarkan biaya transportasi. Fungsi penanggungungan resiko juga dialami produsen mulai dari pembibitan, pengelolaan kolam sampai proses panen dan menjualnya ke agen. Agen dan pedagang pengecer tidak melakukan penanggungungan resiko karena para pedagang perantara langsung menjual ke konsumen akhir. Tidak hanya produsen yang perlu mengetahui informasi pasar mengenai harga.

Agen melakukan semua fungsi tataniaga kecuali fungsi penanggungungan resiko dan pengolahan. Produsen menjual kepitingnya kepada agen dan langsung mengirim kepiting kepada pengecer Medan dan pengecer Stabat. Agen membeli kepiting dari produsen setiap hari dalam seminggu. Agen juga melakukan penyimpanan dirumahnya karena biasanya agen membeli kepiting tersebut dalam jumlah yang tidak sedikit. Lalu menjual kepiting kepada pedagang pengecer Pantai Gading dan pengecer di Medan. Untuk pengemasan agen cukup menggunakan wadah kotak yang terbuat dari keranjang biru untuk mengangkut kepiting dari Desa Pantai Gading ke pengecer Medan.

Perihal pedagang pengecer yang disalurkan agen ada dua, yaitu pedagang pengecer desa dan pedagang pengecer Medan. Pedagang pengecer desa dan di Medan tidak melakukan fungsi yang sama dengan agen. Pedagang pengecer desa mengecerkan langsung kepiting di pasar Stabat, dan pedagang pengecer Medan mengecerkan kepiting di pasar Sei Kambing, Pasar Simpang Limun, Pasar Sukaramai, Pasar Pulo Brayon dan Pasar Pagi. Pedagang pengecer menyediakan jasa antar jika konsumen membeli dalam jumlah banyak. Rata-rata volume pembelian kepiting pedagang pengecer desa yaitu 33,75 kg setiap minggunya. Sedangkan rata-rata volume pembelian kepiting pedagang pengecer Medan yaitu 51 kg setiap minggunya.

Marjin Tataniaga, *Price Spread*, *Share Margin*

Tabel 3. *Price spread* dan *share margin* Lembaga Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading Pada Saluran I

No	Uraian	Price Spread (Rp/Kg)	Share Margin (%)
1	Produsen		
	a. Harga Jual	38.867	67,01
	b. Biaya		
	- Produksi (Bibit, Pakan)	23.181	39,9
	- Pengemasan (Jaring)	13,03	0,022
	- Transportasi (Bensin)	130,4	0,22
	- Total Biaya	23.324,4	40,2
		15.542,5	26,7
	c. Marjin Keuntungan	108,3	
	d. Nisbah Marjin Keuntungan		
2	Agen		
	a. Harga Beli	38.867	
	b. Harga Jual	44.000	
	c. Biaya		
	- Penyimpanan (Wadah atom)	609	1,05
		713	1,22
	- Pengemasan (Kotak Sterofoam)	1.246	2,14
	- Transportasi (Bensin)	2.568	4,42
	- Total Biaya	2.565	4,42
		0,99	
	d. Marjin Keuntungan		
	e. Nisbah Marjin Keuntungan		
3	Pedagang Pengecer Desa		
	a. Harga Beli	44.000	
	b. Harga Jual	58.000	
	c. Biaya		
	- Penyimpanan (Kotak Sterofoam)	459,2	0,79
		148,14	0,25
	- Pengemasan (Plastik)	1.333	2,29
	- Transportasi (Bensin)	1.940,34	3,34
	- Total Biaya	12.059,66	20,79
	e. Marjin Keuntungan	6,21	
	f. Nisbah Marjin Keuntungan		
4	Konsumen Harga beli	58.000	100

Sumber: Data Primer Diolah

Pada saluran I, Nisbah marjin keuntungan yang didapat sebesar Rp0,99/kg artinya keuntungan yang dimiliki agen 0,99 kali lipat lebih besar dibandingkan dengan biaya tataniaganya.

Pada saluran ini *share* produsen sebesar 67,01% itu artinya 67,01% dari harga yang dibayarkan konsumen diterima oleh produsen. Marjin tataniaga pada saluran ini Rp19.133/kg.

Tabel 4. *Price spread* dan *share margin* Lembaga Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading Pada Saluran II

No	Uraian	Price Spread (Rp/Kg)	Share Margin (%)
1	Produsen		
	a. Harga Jual	38.867	67,01
	b. Biaya		
	- Produksi (Bibit, Pakan)	23.181	39,9
	- Pengemasan (Jaring)	13,03	0,022
	- Transportasi (Bensin)	130,4	0,22
	Total Biaya	23.324,4	40,2
	c. Marjin Keuntungan	15.542,5	26,7
	d. Nisbah Marjin Keuntungan	108,3	
2	Agen		
	a. Harga Beli	3.8867	
	b. Harga Jual	45.000	
	c. Biaya		
	- Penyimpanan (Wadah kotak atom)	609	1,05
		713	1,22
	- Pengemasan (Kotak Sterofoam)	1.246	2,14
		2.568	4,42
	- Transportasi (Bensin)	3.565	6,14
	Total Biaya	1,39	
	d. Marjin Keuntungan		
	e. Nisbah Marjin Keuntungan		
3	Pedagang Pengecer Medan		
	a. Harga Beli	45.000	
	b. Harga Jual	58.000	
	c. Biaya		
	- Penyimpanan (Wadah kotak atom)	1.030	1,77
		1.205	2
	- Pengemasan (Kotak Sterofoam)	2.107,8	3,63
		4.342,8	7,48
	- Transportasi (Bensin)	8.657,2	14,9
	Total Biaya	1,99	
	d. Marjin Keuntungan		
	e. Nisbah Marjin Keuntungan		
4	Konsumen	58.000	100
	Harga beli		

Sumber: Data Primer Diolah

Pada saluran II, rata-rata harga yang diterima produsen adalah Rp38.867/kg, sedangkan untuk 1 kg kepiting konsumen akhir membayar Rp58.000. Nisbah marjin keuntungan yang didapat sebesar Rp108,4/kg artinya keuntungan yang dimiliki produsen 108,4 kali lipat lebih besar dibandingkan dengan biaya tataniaganya. Nisbah marjin keuntungan yang didapat sebesar Rp1,38/kg artinya keuntungan yang dimiliki agen 1,38 kali lipat lebih besar dibandingkan dengan biaya tataniaganya.

Tabel 5. *Price spread* dan *share margin* Lembaga Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading Pada Saluran III

No	Uraian	Price Spread	Share Margin (%)
----	--------	--------------	------------------

(Rp/Kg)			
1	Produsen		
	a. Harga Jual	38.867	69,4
	b. Biaya		
	- Produksi (Bibit, Pakan)	23.181	41,3
	- Pengemasan (Jaring)	13,03	0,023
	- Transportasi (Bensin)	130,4	0,23
	Total Biaya	23.324,4	41,6
	c. Marjin Keuntungan	15.542,6	27,75
	d. Nisbah Marjin Keuntungan	108,4	
2	Pedagang Pengecer Desa		
	a. Harga Beli	38.867	
	b. Harga Jual	56.000	
	c. Biaya		
	- Penyimpanan (Kotak Sterofoam)	459,2	0,82
		148,1	0,26
	- Pengemasan (Plastik)	1.333	2,4
	- Transportasi (Bensin)	1.940,7	3,46
	Total Biaya	15.192,3	27,12
	d. Marjin Keuntungan	7,82	
	e. Nisbah Marjin Keuntungan		
3	Konsumen Harga beli	56.000	100

Sumber: Data Primer Diolah

Pada saluran III, untuk 1 kg kepiting rata-rata harga dikonsumsi Rp56.000. Nisbah marjin keuntungan sebesar Rp108,4/kg artinya keuntungan yang dimiliki produsen 108,4 kali lipat lebih besar dibandingkan dengan biaya tataniaganya.

Tabel 6. *Price spread* dan *share margin* Lembaga Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading Pada Saluran IV

No	Uraian	Price Spread (Rp/Kg)	Share Margin (%)
1	Produsen		
	a. Harga Jual	52.000	100
	b. Biaya		
	- Produksi (Bibit, Pakan)	23.181	44,5
	- Pengemasan (Jaring)	13,03	0,025
	- Transportasi (Bensin)	130,4	0,25
	Total Biaya	25.414,7	44,8
	c. Marjin Keuntungan	28.675	55,14
	d. Nisbah Marjin Keuntungan	199,92	
2	Konsumen Harga Beli	52.000	100

Sumber: Data Primer Diolah

Pada saluran IV, produsen menjual langsung kepiting kepada konsumen sehingga marjin tataniaga sebesar Rp0/kg atau *share* produsen sebesar 100% artinya bahwa seluruh harga yang dibayar oleh konsumen akhir diterima oleh produsen. Nisbah marjin keuntungan produsen yaitu Rp199,92/kg berarti keuntungan yang diperoleh produsen 199,92 kali lipat lebih besar dibandingkan biaya tataniaganya.

Tingkat Efisiensi Tataniaga Kepiting Desa Pantai Gading

Efisiensi tataniaga perlu diketahui untuk mengidentifikasi apakah saluran tataniaga suatu produk sudah tergolong efisien atau tidak. Untuk menghitung efisiensi saluran tataniaga kepiting menggunakan empat metode. Empat metode tersebut bertujuan agar dapat mengidentifikasi efisiensi tataniaga secara menyeluruh jika dilihat dari setiap metode komponen berbeda.

Metode *Shepherd*

Tabel 7. Efisiensi Saluran Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading dengan Metode *Shepherd*

Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Harga Konsumen	58.000	58.000	56.000	52.000
Biaya Tataniaga	4.652	7.054	2.084,03	143,43
Efisiensi	11,4	7,2	25,8	361,5

Sumber: Data Primer Diolah

Nilai efisiensi pada metode ini menunjukkan bahwa nilai tertinggi diperoleh pada saluran IV yaitu 361,5 dan paling tertinggi dibandingkan saluran lain. ini berarti bahwa saluran IV merupakan saluran yang paling efektif.

Metode Acharya dan Aggarwal

Tabel 8. Efisiensi Saluran Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading dengan Metode Acharya dan Aggarwal

Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Harga Produsen	38867	38867	38867	52000
Biaya Tataniaga	4.652	7.054	2.084,03	143,43
Marjin Keuntungan	30.167	27.764	30.734	28.675
Efisiensi	1,11625	1,11629	1,18	1,8

Sumber: Data Primer Diolah

Dalam metode ini dapat diketahui bahwa nilai efisiensi terendah terdapat pada saluran I dan II sebesar 1,1 merupakan saluran yang paling efisien dibanding saluran yang lain.

Composite Index Method

Tabel 9. Indikator dalam *Composite Index Method*

Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Share Produsen	67,01	67,01	69,4	100
Biaya Tataniaga	4.652	7.054	2.084,03	143,43
Marjin Keuntungan	30.167	27.764	30.734	28.675

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 10. Efisiensi Saluran Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading dengan *Composite Index Method*

Saluran	Indikator			Composite Index Rj/Nj	Final Ranking
	I1	I2	I3		
Saluran I	3	3	2	3,6	3
Saluran II	4	4	4	5,3	4
Saluran III	2	2	1	1,6	2
Saluran IV	1	1	3	1,6	1

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan *Composite Index Method* dapat dilihat bahwa nilai index yang terendah sampai tertinggi berturut-turut yaitu saluran IV dan saluran III sebesar 1,6. Berarti bahwa saluran IV dan saluran III merupakan saluran yang paling efisien.

Marketing Efficiency Index Method

Tabel 11. Efisiensi Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading dengan *Marketing Efficiency Index Method*

Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Marjin Keuntungan	30.167	27.764	30.734	28.675
Biaya Tataniaga	4.652	7.054	2.084,03	143,43
Efisiensi	7,48	4,93	15,7	200

Sumber: Data Primer Diolah

Metode ini menunjukkan bahwa saluran IV merupakan saluran dengan nilai efisiensi tertinggi sebesar 200 kemudian disusul saluran III. Pada metode ini efisiensi dilihat dari nilai paling tinggi.

Metode Soekartawi

Tabel 12. Efisiensi Saluran Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading dengan Metode Soekartawi

Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Biaya Tataniaga	4.652	7.054	2.084,03	143,43
Harga Konsumen	58.000	58.000	56.000	52.000
Efisiensi	8,03%	12,1%	3,7%	0,28%

Sumber: Data Primer Diolah

Pada metode ini semakin kecil nilai efisiensi maka semakin tinggi tingkat efisiensi saluran tataniaga. Nilai efisiensi yang terkecil diperoleh saluran IV sebesar 0,28%

Tabel 13. Efisiensi Saluran Tataniaga Kepiting di Desa Pantai Gading

Saluran Tataniaga	Metode Perhitungan Efisiensi				
	Metode Shepherd	Acharya dan Aggarwal	Composite Index Method	Marketing Efficiency Index Method	Metode Soekartawi
Saluran I	3	3	3	3	3
Saluran II	4	4	4	4	4

Saluran III	2	2	2	2	2
Saluran IV	1	1	1	1	1

Sumber: Data Primer Diolah

Semua metode perhitungan efisiensi menyatakan bahwa saluran II berada pada urutan keempat dan merupakan saluran dengan tingkat efisiensi terendah.

Kemudian semua metode perhitungan efisiensi yang digunakan menyatakan bahwa saluran IV merupakan saluran yang paling efisien atau pada urutan 1. Saluran III dengan tingkat efisiensi terendah dan volume pembelian rata-rata untuk pedagang pengecer adalah 33,75 kg sedangkan pada saluran II volume pembelian untuk agen adalah 51 kg. Sehingga pada saluran IV dikatakan paling efisien untuk skala kecil atau perorangan, sedangkan untuk penjualan skala besar dengan pembelian melebihi 50 kg diatas dibutuhkan adanya pedagang perantara agar usaha budidaya kepiting tersebut tetap berjalan.

PENUTUP

Kesimpulan

Pada tataniaga penyaluran kepiting di Desa Pantai Gading memiliki empat saluran yaitu: Saluran I Produsen – Agen – Pedagang Pengecer Desa – Konsumen, saluran II Produsen – Agen – Pedagang Pengecer Medan – Konsumen, saluran II Produsen – Pedagang Pengecer Desa – Konsumen, sedangkan saluran III produsen dan langsung kepada konsumen.

Masing – masing lembaga tataniaga pada setiap saluran melakukan fungsi tataniaga yang berbeda-beda. Produsen melakukan fungsi penjualan, pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, pembiayaan, standarisasi, penanggungungan resiko, dan informasi pasar. Agen melakukan fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, pembiayaan, standarisasi dan informasi pasar. Pedagang pengecer desa dan pedagang pengecer Medan melakukan fungsi yang sama. Diantara lain fungsi pembelian, penjualan, penyimpanan, pengangkutan, pembiayaan, standarisasi, penanggungungan resiko dan informasi pasar.

saluran IV adalah saluran terpendek sehingga biaya tataniaga yang dikeluarkan merupakan yang terendah. Marketing margin pada saluran ini Rp 0/kg karena produsen menjual kepiting langsung kepada konsumen.

Saluran tataniaga kepiting di Desa Pantai Gading Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat sudah tergolong efisien dengan rata-rata *share* produsen di atas 70%.

Saran

Kepada Produsen, agar terus menjaga kualitas produk agar dapat mempertahankan harga kepiting.

Kepada Petani khususnya kepada pedagang dan agen, agar melakukan pengangkutan ke Medan menggunakan mobil agar menghemat waktu dan meningkatkan kapasitas pengiriman kepiting.

Kepada pemerintah agar dapat menyeimbangkan harga kepiting agar produsen kepiting tidak mengalami kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. *Langkat dalam Angka 2014*. BPS, Langkat.

_____. *Sumatera Utara dalam Angka 2013*. BPS, Medan.

Dinas Perikanan dan Kelautan. *Luas Area Usaha Tambak di Kabupaten Langkat 2013*. Sumut

Gultom, H.L.T. 1996. *Tataniaga Pertanian*. USU Press. Medan

Irmawati, 2005. *Keanekaragaman Jenis Kepiting Bakau Scylla Sp Di Kawasan Mangrove Sungai Keera Kabupaten Wajo Sulawesi Selatan*, lembaga Penelitian UNHAS, <http://www.unhas.ac.id>

Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.

Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.

Nurdin, M. dan Armanda, R. 2010. *Cara Cepat Panen Kepiting Soka dan Kepiting Telur (Niaga)*. Penebar Swadaya. Depok.

Rosmaniar. 2008. *Kepadatan dan Distribusi Kepiting Bakau (Scylla serrata) Serta Hubungannya Dengan Faktor Fisik Kimia di Perairan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang* [Tesis].

Soekartawi. 2002. *Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.