

**PEMASARAN KOMODITAS TERIPANG (*Holothuroidea*) DI KECAMATAN
TANIMBAR SELATAN KABUPATEN MALUKU TENGGARA BARAT**

***MARKETING OF SEA CUCUMBER COMMODITIES (Holothuroidea) IN SOUTH
TANIMBAR DISTRICT, WEST SOUTHEAST MALUKU REGENCY***

Janer Sangaji^{1*}

¹Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Pattimura,

*Penulis korespondensi: janersangaji@gmail.com

Diterima 15 November 2024, disetujui 4 Desember 2024

ABSTRAK

Teripang merupakan makanan yang lezat dan disukai masyarakat Cina dan bernilai jual tinggi di pasaran. Teripang juga di perdagangkan dalam bentuk awetan atau kering. Kajian Data Base Perikanan dan Kelautan, menjelaskan jenis teripang bernilai ekonomis ditemukan di Kabupaten Maluku Tenggara Barat seperti *H. scabra*, *H. fuscogilva*, *H. edulis*, *Telenota ananas*, *T. anax*, *Tripeneustus gratilla*. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji saluran pemasan serta faktor – faktor yang berpengaruh terhadap produksi komoditas teripang. Hasil penelitian menunjukkan. 1) tingkat saluran pemasaran komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan adalah saluran pemasaran tingkat satu atau *one level*. Fungsi pemasaran yang dijalankan lembaga pemasaran adalah produsen menjalankan enam fungsi pemasaran, pedagang pengumpul lokal menjalankan keseluruhan (delapan) fungsi pemasaran, dan usaha pengolahan menjalankan tujuh fungsi pemasaran. Peta pemasaran menggambarkan pemasaran komoditi teripang dilakukan di wilayah Kecamatan Tanimbar Selatan yang melibatkan produsen dan pedagang pengumpul lokal, selanjutnya di wilayah regional antar provinsi yang melibatkan pedagang pengumpul lokal dan usaha pengolahan. 2) total biaya pemasaran komoditi teripang adalah Rp 22.860.546,- untuk satu kali periode pemasaran. Lembaga pemasaran yang mengeluarkan biaya pemasaran tertinggi adalah pedagang pengumpul lokal (sebesar 73,51%), kemudian konsumen (sebesar 25,83%), dan produsen (sebesar 0,65%). Kemudian margin pemasaran teripang adalah sebesar Rp 32.164,-/kg. Dari margin dan biaya tersebut diperoleh rata-rata keuntungan pemasaran di tingkat produsen adalah Rp 214.397,-/kg dan rata-rata keuntungan di tingkat pedagang pengumpul lokal adalah Rp 29.241,-/kg. 3) Secara simultan faktor periode *sasi*, pendidikan, harga, dan biaya transportasi berpengaruh nyata terhadap jumlah produksi teripang, sedangkan secara parsial faktor yang berpengaruh terhadap jumlah produksi teripang adalah faktor periode *sasi*, sedangkan tiga faktor lainnya tidak berpengaruh.

Kata kunci : margin pemasaran, peta pemasaran, teripang.

ABSTRACT

*Sea cucumbers are a delicious food that is favored by the Chinese community and holds high economic value in the market. They are also traded in dried or preserved forms. According to the Fisheries and Marine Database study, various economically valuable species of sea cucumbers have been identified in the West Southeast Maluku Regency, such as *Holothuria scabra*, *Holothuria fuscogilva*, *Holothuria edulis*, *Telenota ananas*, *Telenota anax*, and *Tripeneustes gratilla*. This research aims to examine the marketing channels and the factors influencing the production of sea cucumber commodities. The results of the study indicate that: 1) the marketing channel for sea cucumber commodities in Tanimbar Selatan District operates as a one-level marketing system. The marketing functions performed by various marketing entities are as follows: producers carry out six marketing functions, local collectors perform all eight marketing functions, and processing enterprises undertake seven marketing functions. The marketing map illustrates that the distribution of sea cucumber commodities occurs in Tanimbar*



Selatan, involving producers and local collectors, and extends to inter-provincial regions involving local traders and processing enterprises. 2) the total marketing cost for sea cucumber commodities is IDR 22.860,546 for a single marketing period. The marketing entity incurring the highest cost is local collectors (73.51%), followed by consumers (25.83%), and producers (0.65%). Moreover, the marketing margin for sea cucumbers is IDR 32.164/kg. From this margin and the costs incurred, the average profit at the producer level is IDR 214.397/kg, while the average profit at the local collector level is IDR 29.241/kg. 3) simultaneously, the factors of the fishing season, education, price, and transportation costs significantly impact the production volume of sea cucumbers. However, when analyzed separately, only the fishing season factor significantly affects the production volume, while the other three factors do not have a substantial impact.

Keywords: margin marketing, maps marketing, sea cucumbers.

Cara sitasi: Sangaji, J. 2024. Pemasaran Komoditas Teripang (*Holothuroidea*) Di Kecamatan Tanimbar Selatan Kabupaten Maluku Tenggara Barat. PAPALELE: Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan, 8(2), 159-179, DOI: <https://doi.org/10.30598/papalele.2024.8.2.159/>

PENDAHULUAN

Di perairan Indonesia terdapat banyak jenis teripang. Namun demikian, yang memiliki nilai ekonomis tinggi adalah teripang pasir (*Holothuria scabra*), teripang perut hitam (*Holothuria atra*), teripang susunan (*Holothuria nobilis*), teripang perut merah (*Holothuria edulis*), dan teripang nanas (*Thelenota ananas*). Teripang merupakan lauk yang lezat dan disukai masyarakat Cina dan bernilai jual tinggi di pasaran. Teripang juga di perdagangan dalam bentuk awetan atau kering (Sudradjat, 2019).

Belum banyak negara di dunia yang membudidayakan teripang. Jenis teripang yang sudah banyak dibudidayakan di Indonesia ialah teripang pasir (*Holothuria scabra*). Salah satu daerah di kawasan timur Indonesia yang didiami oleh sumberdaya *ecinodermata* adalah pada pesisir Pulau Yamdena. Sumberdaya *ecinodermata* yang ditemukan di Kabupaten Maluku Tenggara Barat yaitu *Holothuridae* atau teripang. Kajian Data Base Perikanan dan Kelautan (2017), mengungkapkan beberapa jenis teripang bernilai ekonomis yang ditemukan di Kabupaten Maluku Tenggara Barat seperti *H. scabra*, *H. fuscogilva*, *H. edulis*,

Telenota ananas, *T. anax*, *Tripeneustus gratilla* spesies yang bernilai ekonomis ini dijumpai hampir disemua wilayah ekologis namun memiliki kelimpahan yang rendah, hanya saja *Holothuria scabra* yang dijumpai pada wilayah ekologi Tanimbar cukup melimpah.

Mengingat potensi teripang yang ada, usaha yang dilakukan masyarakat pada sebagian besar desa di pesisir Pulau Yamdena untuk memperoleh keuntungan demi memenuhi kebutuhan adalah dengan melakukan konservasi atau *sasi* terhadap teripang pada periode waktu tertentu dan kemudian dipanen dan dijual. Konsep ini dijumpai di Kei Kecil, Maluku Tenggara, dengan *sasi* mampu memperbaiki habitat hidup teripang dan ikan pelagis kecil. Populasi kedua jenis biota laut itu terus meningkat, demikian pula keragaman jenisnya. Perbaikan ekosistem laut itu diharapkan memperbaiki perekonomian masyarakat pesisir. Apolinaris Janwarin, Kepala Desa Ohoiren, Kei Kecil Barat, Maluku Tenggara mengungkapkan, jumlah teripang dan ikan terus meningkat sejak padang lamun dikonservasi tahun 2015. Pada survei Mei 2015 hanya ada 25 teripang kosok. Setelah dikonservasi selama enam



bulan jumlah teripang membengkak menjadi 329 buah (Kompas, 2017).

Banyak sudah bukti melalui penelitian atau studi yang menunjukkan bahwa sesungguhnya permasalahan yang dialami oleh usaha-usaha kecil seperti yang dikelola oleh wirausaha-wirausahaan pemula, seperti kemunduran, stagnasi atau kebangkrutan usaha, adalah pemasaran yang kurang baik atau kurang memadai. Hal tersebut mangartikan bahwa produksi yang berjalan dengan baik telah menghadapi hambatan karena pemasaran hasil produksi yang tidak mendukung. Akibatnya barang atau jasa yang telah diproduksi dengan baik menjadi tidak berguna sama sekali karena tidak sampai ke tangan konsumen, sehingga pada akhirnya perusahaan menjadi rugi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor pemasaran mempunyai arti yang sangat penting dalam suatu proses perjalanan usaha.

Secara khusus terdapat beberapa masalah dalam pemasaran komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan yakni masalah harga yang tidak stabil dimana harga komoditi teripang yang dijual langsung dari nelayan ke koperasi harganya sangat tinggi, tetapi bila koperasi yang membeli langsung pada nelayan maka harganya relatif lebih rendah. Kemudian terdapat perbedaan harga pada masing-masing jenis komoditi teripang dan ukurannya pada masing-masing desa di pulau Yamdena. Selanjutnya terdapat ketergantungan pemasaran teripang pada koperasi salah satunya adalah Lakwonda Jaya, dimana penjualan komoditi teripang dari nelayan hanya ditujukan pada koperasi tersebut.

Permasalahan tersebut secara tidak langsung mempengaruhi kegiatan dan keberlanjutan *sasi* teripang pada desa-desa di pesisir pulau Yamdena untuk melestarikan sumberdaya dan juga memperoleh keuntungan ekonomi bagi

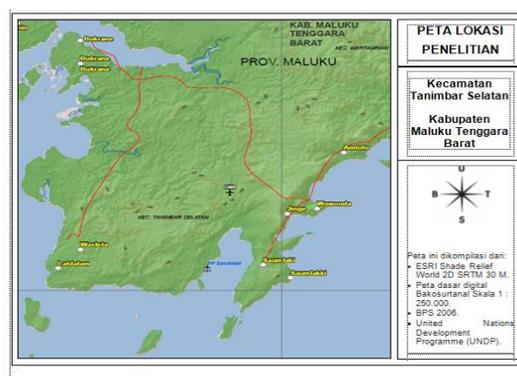
masyarakat sekitar. Atas dasar uraian tersebut di atas mendorong peneliti untuk meneliti secara mendalam tentang bentuk pemasaran komoditas teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan, Kabupaten Maluku Tenggara Barat.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Boer (2014), penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi mengenai komponen dan proses secara detail, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antara fenomena yang dikaji. Selain itu Kuncoro (2015) menerangkan bahwa ada dua manfaat penggunaan studi deskriptif, salah satunya yang terkait dengan penelitian di bidang bisnis adalah bahwa studi ini digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis. Dalam pemasaran misalnya, setelah menganalisis data, peneliti berusaha memprediksi hasil dari beberapa langkah bisnis.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive*, (Gambar 1) berdasarkan kesesuaian keberadaan lokasi penelitian dengan substansi materi yang akan diteliti. Untuk itu lokasi penelitian ini adalah di Kecamatan Tanimbar Selatan, Kabupaten Maluku Tenggara Barat.



Gambar 1. Lokasi Penelitian



Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai sampel adalah populasi lembaga saluran pemasaran komoditas teripang. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel pedagang ikan yang menjual komoditas teripang di atas adalah: metode *stratified random sampling* (sampel acak yang distratifikasi). Dengan pertimbangan bahwa jika jumlah populasi yang memasarkan komoditas teripang jumlahnya banyak maka diambil persentasenya hingga memunculkan hanya sekian pedagang yang akan dilakukan wawancara atau pengambilan datanya. Menurut Notohadiprawiro (1980) dalam Soukotta (2012) persentase pengambilan sampel sebaiknya antara 25 - 30% dari populasi yang ada.

Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder yang Diperoleh dari studi pustaka, observasi dan wawancara langsung berdasarkan daftar pertanyaan/kuisisioner dengan pemerintah desa, masyarakat desa yang tahu dan mengerti tentang pengelolaan teripang di desanya dan koperasi (staf atau pegawai koperasi yang membidangi pemasaran teripang).

Metode Analisis Data

Terdapat empat metode analisis dalam penelitian ini, yakni:

1. Analisis deskriptif kualitatif dilakukan untuk mengkaji tingkat saluran pemasaran dan fungsi lembaga pemasaran, serta memetakan secara geografis daerah atau lokasi pemasaran komoditas teripang di Pulau Yamdena. Berikut ini penjabarannya:
 - a. Untuk mengkaji tingkat saluran pemasaran dilakukan dengan mengidentifikasi berapa banyak

lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran.

- b. Untuk mengkaji fungsi lembaga pemasaran tertuju pada fungsi-fungsi pemasaran yang dijabarkan oleh Hanafiah dan Saefudin (2014) meliputi: fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Penilaian yang dipakai adalah “sulit” dan “tidak sulit” dalam pelaksanaan fungsi-fungsi tersebut. Fungsi-fungsi tersebut adalah:
 - a. Fungsi Pertukaran:
 - Penjualan
 - Pembelian
 - b. Fungsi pengadaan secara fisik:
 - Pengangkutan
 - Penyimpanan
 - c. Fungsi Pelancar
 - Permodalan
 - Penanggung resiko
 - Standarisasi dan grading
 - Informasi pasar
 - d. Setelah tingkat saluran pemasaran diketahui, selanjutnya melakukan pemetaan geografis berdasarkan tingkat saluran pemasaran (keberadaan lembaga pemasaran dalam suatu wilayah geografis).
2. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menentukan biaya, keuntungan dan margin pemasaran. Digunakan persamaan-persamaan sebagai berikut:
 - a. Perhitungan Total Biaya Pemasaran, menggunakan rumus:
$$TCP = C_{p1} + C_{p2} + \dots + C_{pk} = \sum_{i=1}^k C_{pi}$$
Dimana:
 - TCP = Total biaya pemasaran (Rp/Kg)
 - C_{pi} = Biaya pemasaran yang ditanggung oleh lembaga pemasaran (Rp/Kg)
 - b. Analisis margin pemasaran
Margin pemasaran merupakan penjumlahan dan hasil pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian setiap tingkat pedagang yang terlibat secara vertikal besarnya margin pemasaran ini sama dengan



harga jual pengecer dikurangi harga jual produsen dan ini merupakan penjumlahan dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh pedagang yang terlibat (Sarma 2012). Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MP = P_k - P_p = CP + \Pi$$

Dimana:

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

P_k = Harga pada tingkat konsumen (Rp/Kg)

P_p = Harga pada tingkat Produsen (Rp/Kg)

C_p = Biaya pemasaran (Rp/Kg)

Π = Keuntungan lembaga pemasaran (Rp/Kg)

c. Perhitungan keuntungan pemasaran, menggunakan rumus:

$$\Pi = (P_j - P_b) - CP$$

Dimana:

Π = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

P_j = Harga Jual (Rp/Kg)

P_b = Harga Beli (Rp/Kg)

CP = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

3. Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap jumlah produksi komoditas teripang di tingkat produsen dalam pemasaran di Kecamatan Tanimbar Selatan menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Jumlah produksi komoditi teripang tiap aktivitas pemasaran.

a = Konstanta regresi.

b = Koefisien regresi.

X₁ = Periode waktu *sasi*.

X₂ = Rata-rata tingkat pendidikan masyarakat desa.

X₃ = Harga komoditas teripang yang berlaku di pasar.

X₄ = Biaya transportasi.

e = Kesalahan.

Penentuan variabel bebas dan variabel tidak bebas di atas terkait dengan substansi penelitian yang mengarah pada pemasaran komoditi teripang pada tiga desa di Kecamatan Tanimbar Selatan. Sehingga dari analisis biaya, keuntungan, dan margin pemasaran terdapat tiga variabel yang diambil yakni harga komoditas teripang dan biaya transportasi, serta jumlah produksi komoditi teripang tiap aktivitas pemasaran. Sedangkan periode waktu

sasi diduga mempengaruhi jumlah produksi, terkait dengan lama teripang berkembang biak (bertambah bobot dan jumlah). Kemudian rata-rata pendidikan masyarakat desa terkait dengan kualitas sumberdaya manusia dalam pengelolaan komoditi teripang dengan pendekatan *sasi*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan angket melalui survei dan observasi di lokasi penelitian, sehingga didapati 110 sampel yang menjadi responden dalam penelitian. Jumlah responden terdiri atas tiga yakni, *pertama* yaitu masyarakat desa yang diuraikan berdasarkan masing-masing desa yakni Desa Matakus sebanyak 30 orang, Desa Lermatang sebanyak 31 orang, Desa Latdalam sebanyak 34 orang. *Kedua*, aparatur pemerintah desa yang diuraikan berdasarkan masing-masing desa yakni Desa Matakus sebanyak 3 orang, aparatur pemerintah Desa Lermatang sebanyak 3 orang, aparatur pemerintah Desa Latdalam sebanyak 3 orang. *Ketiga*, yaitu pengurus koperasi yaitu sebanyak 6 orang. Karakteristik masing-masing responden meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan anggota rumah.

Produk Yang Dipasarkan

Hasil survei yang dilakukan di tiga desa pada Kecamatan Tanimbar Selatan, terdapat 11 jenis teripang yang dipasarkan. Jenis-jenis tersebut adalah teripang susu (*Holothuria fuscogilva*), teripang nanas (*Thelonata ananas*), teripang jepung (*Stichopus chloronotus*), teripang gamet (*Stichopus variegatus*), teripang kapuk (*Muelleria lecanora*), teripang sepatu (*Actinopyga miliaris*), teripang raja (*Holothuria argus*), teripang kunyit (*Actinopyga echnities*), teripang bintik



(*Pearsonothuria graeffei*), teripang krido polos (*Bohadschia marmorata*), dan teripang gosok (*Holothuria scabra*).

Dari jenis teripang tersebut, yang paling dominan di temukan adalah jenis teripang gosok.

Tabel 1. Jenis dan Harga Teripang

No.	Jenis	Harga (Rp/Kg)	
		Tertinggi	Terendah
1.	Teripang susu (<i>Holothuria fuscogilva</i>)	450,000	250,000
2.	Teripang nanas (<i>Thelonata ananas</i>)	450,000	450,000
3.	Teripang jepung (<i>Stichopus chloronotus</i>)	375,000	375,000
4.	Teripang gamet (<i>Stichopus variegatus</i>)	350,000	150,000
5.	Teripang kapuk (<i>Muelleria lecanora</i>)	250,000	150,000
6.	Teripang sepatu (<i>Actinopyga miliaris</i>)	150,000	150,000
7.	Teripang raja (<i>Holothuria argus</i>)	200,000	200,000
8.	Teripang kunyit (<i>Actinopyga echnities</i>)	25,000	25,000
9.	Teripang bintik (<i>Pearsonothuria graeffei</i>)	150,000	150,000
10.	Teripang krido polos (<i>Bohadschia marmorata</i>)	100,000	100,000
11.	Teripang gosok (<i>Holothuria scabra</i>)	1,000,000	150,000

Sumber: Data primer diolah (2020)

Panen teripang di desa biasanya dilakukan pada waktu air surut sebelum teripang membenamkan diri ke dalam pasir. Panen dapat dilakukan dengan memungut langsung teripang yang sudah berukuran besar dan memenuhi ukuran konsumsi (lebih dari 9 cm). Hasil panen ditampung dalam wadah seperti ember dan karung. Pada waktu panen tubuh teripang diusahakan jangan sampai terluka (rusak) karena akan mempengaruhi harga jual.

Setelah di panen dan di masukan dalam wadah penyimpanan, teripang yang akan dipasarkan dalam bentuk basah ataupun dalam bentuk kering. Produk teripang kering diperoleh dari teripang basah yang terlebih dahulu dilakukan proses penjemuran di bawah sinar matahari. Bila cuaca cerah, penjemuran dapat dilakukan selama 2 sampai 3 hari. Penjemuran biasanya dilakukan di atas para-para yang dibuat dari bambu atau diruang terbuka di luar rumah dimana teripang diletakan di atas terpal. Selain dijemur langsung di bawah sinar matahari, bila cuaca tidak mendukung

dilakukan pengasapan terbuka dengan bahan bakar kayu.

Produk teripang basah ataupun kering yang dipasarkan oleh ketiga desa di Kecamatan Tanimbar Selatan memiliki harga yang bervariasi untuk jenis tertentu namun pada jenis tertentu pula harga teripang per kilogramnya tidak bervariasi atau sama (Tabel 1). Umumnya harga teripang bervariasi antara Rp 25.000,-/kg hingga Rp 1.000.000,-/kg.

Berdasarkan tujuan penggunaannya, bentuk produk atau komoditi teripang yang dipasarkan (basah dan kering) dapat dikelompokan ke dalam produk bahan mentah. Menurut Hanafiah dan Saefuddin (2014), sebagai bahan mentah akan dibeli oleh pabrik atau usaha pengolahan untuk diolah menjadi barang jadi.

Saluran Pemasaran Teripang

Alur pemasaran teripang di tiga desa pada Kecamatan Tanimbar Selatan melibatkan tiga lembaga pemasaran. Lembaga tersebut adalah produsen, pedagang pengumpul lokal, dan usaha



pengolahan. Produsen dimaksud adalah pemerintah desa yang bertanggung jawab dalam pengelolaan *sasi* teripang. Artinya bahwa mulai dari pemeliharaan hingga waktu panen dalam sistem *sasi* dan dijual, pemerintah desa yang mengelola dan bertanggung jawab. Kemudian pedagang pengumpul lokal mengacu pada koperasi lokal. Koperasi ini adalah Koperasi Lakwonda Jaya di Kota Saumlaki (Ibu Kota Kabupaten Maluku Tenggara Barat). Selanjutnya usaha pengolahan adalah perusahaan pengolah teripang di Kota Surabaya (Unit Dagang Sepaat) dan Kota Manado (Unit Dagang Yeye Maraik). Berikut ini uraian tentang alur pemasaran teripang yang melibatkan tiga lembaga pemasaran tersebut.

1. Produsen

Produsen teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan adalah pemerintah desa sebagai pengelola *sasi* teripang di Desa Matakus, Desa Lermatang, dan Desa Latdalam. Sesuai dengan pelaksanaan *sasi* yang dilakukan tiap tahun di desa ini, alur pemasaran teripang untuk dijual bersamaan dengan waktu buka *sasi* dua kali dalam setahun pada bulan Maret dan bulan Oktober. Pada dua bulan ini inisiatif pemasaran teripang dilakukan oleh pedagang pengumpul lokal yakni Koperasi Lakwonda Jaya, dimana koperasi ini yang menghubungi pemerintah desa untuk mendapatkan kepastian tanggal penjualan teripang yang sesuai dengan penetapan waktu buka *sasi* oleh pemerintah desa. Jika waktu telah ditentukan maka pedagang pengumpul lokal yang akan mendatangi ketiga desa tersebut untuk melakukan proses penjualan. Dalam proses penjualan, pemerintah desa akan melakukan musyawarah dengan pedagang pengumpul lokal (koperasi) untuk memperoleh kesepakatan harga dan

apabila kedua pihak telah sepakat maka dilakukan proses penjualan. Musyawarah ini terkait dengan kualitas teripang (teripang basah atau kering) yang akan dijual. Misalnya teripang kering ada dalam keadaan rusak atau terdapat banyak kadar air maka pedagang pengumpul hanya akan membayar setengah saja, maupun dengan teripang basah yang dalam keadaan rusak maka harganya menjadi rendah.

2. Pedagang pengumpul lokal

Pedagang pengumpul lokal (Koperasi Lakwonda Jaya) melakukan pembelian dan pengumpulan teripang dari produsen di tiga desa pada Kecamatan Tanimbar Selatan. Pembelian teripang basah dan kering dilakukan dengan mendatangi tiga desa tersebut menggunakan alat transportasi laut (motor tempel). Setelah itu komoditi teripang dikeringkan (untuk komoditi teripang basah), dikumpulkan dan akan kembali dijual (dalam bentuk teripang kering) ke usaha pengolahan di Surabaya dan Manado.

3. Usaha pengolahan

Usaha pengolahan yang menjadi tujuan pemasaran Pedagang pengumpul lokal (Koperasi Lakwonda Jaya) adalah perusahaan pengolah teripang di Kota Surabaya (Unit Dagang Sepaat) dan Kota Manado (Unit Dagang Yeye Maraik). Pada dua usaha ini teripang diterima dalam bentuk teripang kering dan kemudian diolah menjadi bentuk olahan kering atau dikenal sebagai *beche-de-mer* untuk kemudian dijadikan berbagai produk makanan (misalnya kerupuk teripang dan bakso teripang). Kedua usaha ini menerima teripang dari Koperasi Lakwonda Jaya di Kabupaten Maluku Tenggara Barat Provinsi Maluku selama seminggu dari waktu pemesanan, dimana komoditi teripang dikirim



melalui kapal pengangkutan barang (transportasi laut).

Dengan demikian saluran pemasaran diuraikan di atas dapat digolongkan kedalam jenis saluran pemasaran untuk konsumen industri. Menurut Kotler (2014), jenis saluran pemasaran terbagi atas dua bagian yaitu saluran pemasaran untuk konsumen akhir (*consumer marketing channels*) serta saluran pemasaran untuk konsumen industri/konsumen bisnis.

Tingkat Saluran Pemasaran Teripang

Didasari oleh alur pemasaran teripang dan pendekatan yang dikemukakan oleh Kotler (2014) tentang tingkat saluran pemasaran, maka tingkat saluran pemasaran teripang di tiga desa pada Kecamatan Tanimbar Selatan diklasifikasikan sebagai saluran pemasaran tingkat satu atau *one level* (Gambar 4). Untuk sampai pada tingkat konsumen (usaha pengolahan), komoditi teripang dari produsen (pemerintah desa) hanya melewati satu penjual (pedagang pengumpul lokal/koperasi). Menurut Kotler (2000), terdapat empat tingkat saluran pemasaran yakni, *zero level*, *one level*, *two level*, dan *three level*. *One level* terdiri atas satu perantara penjualan, seperti pengecer.

Tingkat saluran pemasaran atau panjang pendeknya saluran pemasaran teripang di tiga desa pada Kecamatan Tanimbar Selatan dipengaruhi oleh bentuk produk atau komoditi teripang yang dipasarkan (basah dan kering) adalah produk bahan mentah. Menurut Hanafiah dan Saefuddin (2014), ada empat faktor yang mempengaruhi panjang atau pendeknya saluran pemasaran, namun faktor yang mempengaruhi pemasaran komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan adalah:

1. Cepat tidaknya produk rusak

Produk teripang yang dipasarkan adalah produk bahan mentah (teripang basah

atau teripang kering), dengan demikian produk ini tergolong produk perikanan yang cepat rusak atau cepat mengalami penurunan mutu. Menurut Martoyo *dkk* (2010), teripang merupakan salah satu hasil laut yang mempunyai sifat cepat busuk sehingga perlu segera diolah. Karena faktor ini teripang yang diperoleh dari produsen harus segera berada di tempat pengolahan teripang (koperasi atau usaha pengolahan) untuk dikeringkan. produk teripang di koperasi maksimal hanya 30 hari (1 bulan) setelah itu dilakukan pengiriman kepada usaha pengolahan teripang di Surabaya dan Manado.

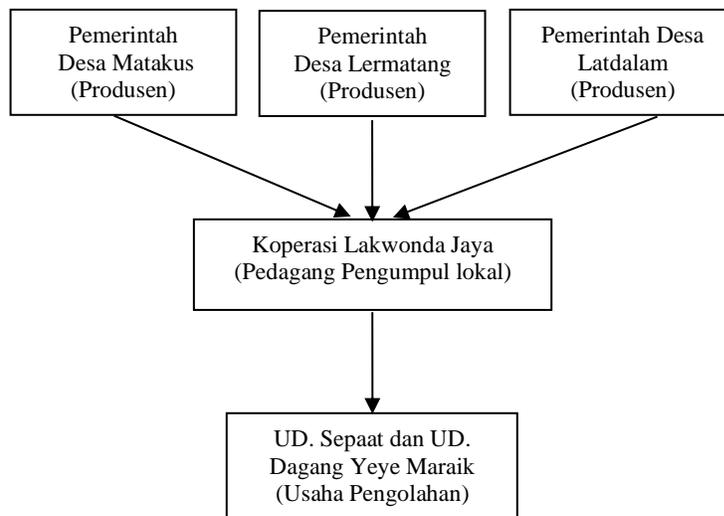
2. Skala produksi

Skala panen atau produksi teripang oleh tiga produsen (pemerintah desa) di Kecamatan Tanimbar Selatan cukup tinggi, produksi teripang yang dijual kepada koperasi adalah sebesar 4 hingga 10 ton. Skala produksi tersebut secara langsung memperpendek saluran pemasaran, jika tingkat pemasaran panjang maka akan menyulitkan pedagang dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran secara fisik (pengangkutan dan penyimpanan).

3. Posisi keuangan pedagang pengumpul lokal (koperasi)

Produksi sebesar 4 hingga 10 ton dan harga teripang antara Rp 25.000,-/kg hingga Rp 1.000.000,-/kg dalam satu kali pemasaran membutuhkan modal yang cukup besar untuk proses pembelian oleh pedagang pelantara atau pedagang pengumpul. Sehingga Koperasi Lakwonda Jaya (pedagang pengumpul lokal) dapat dikatakan memiliki modal yang kuat dan cenderung akan memperpendek saluran pemasaran, dimana kehadiran pedagang lain untuk membeli produk teripang dengan model sistem pemasaran tersebut sangatlah kecil.





Gambar 2. Saluran Pemasaran Tingkat 1

Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran yang di analisis pada tiga lembaga pemasaran meliputi fungsi pertukaran (terdiri atas dua fungsi), pengadaan secara fisik (terdiri atas dua fungsi), dan pelancar (terdiri atas empat fungsi), sehingga terdapat delapan fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi ini dianalisis secara deskriptif kualitatif, dengan melakukan penilaian atas pelaksanaan

fungsi-fungsi pemasaran. Penilaian tersebut adalah “sulit” (disimbolkan sebagai 0) dan “tidak sulit” (disimbolkan sebagai 1).

Tabel 2 menunjukkan bahwa, produsen menjalankan enam fungsi pemasaran, pedagang pengumpul lokal menjalankan keseluruhan (delapan) fungsi pemasaran, dan usaha pengolahan menjalankan tujuh fungsi pemasaran.

Tabel 2. Penilaian Fungsi Pemasaran

No.	Fungsi Pemasaran	Produsen (Desa)	Pedagang Pengumpul Lokal (Koperasi)	Usaha Pengolahan (UD. Sepaat dan UD. Dagang Yeye Maraik)
1.	Pertukaran:			
	a. Penjualan	1	0	x
	b. Pembelian	x	1	1
2.	Pengadaan secara fisik:			
	a. Angkutan	1	1	1
	b. Penyimpanan	x	0	1
3.	Pelancar:			
	a. Modal	1	1	1
	b. Penanggung resiko	1	0	0
	c. Standarisasi dan grading	0	1	1
	d. Info pasar	0	1	1

Keterangan: 0 = Sulit, 1 = Tidak sulit, dan x = tidak melakukan fungsi tersebut.



Berdasarkan Tabel 2 dan uraiannya di atas, pedagang pengumpul lokal (koperasi) menjalankan keseluruhan fungsi pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang pengumpul lokal memegang peranan penting dalam pemasaran komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan. Terkait dengan peran tersebut ada tiga fungsi yang perlu mendapat perhatian dalam menjalankan fungsi pemasaran oleh pedagang pengumpul lokal (koperasi) yakni penjualan, pengangkutan, dan penanggung resiko. Selanjutnya pada tingkat produsen ada dua fungsi yang perlu diperhatikan

Pemetaan Pemasaran

Pemetaan pemasaran komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan meliputi pemetaan wilayah pasar, pemetaan kuantitatif, pemetaan harga, dan pemetaan lalu lintas. Pemetaan-pemetaan tersebut ditampilkan dalam bentuk peta pada Gambar 3 dan Gambar 4.

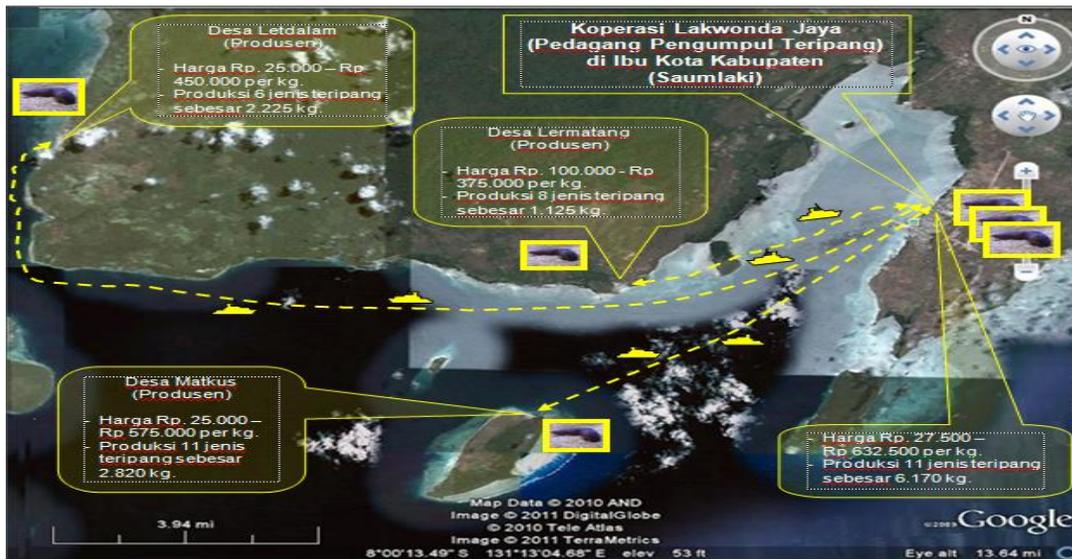
Pemasaran komoditi teripang tergolong dalam pasar abstrak. Menurut Hanafiah dan Saefuddin (2014), pasar abstrak adalah seluruh daerah dimana para pembeli dan penjual berhubungan dan dimana terjadi pertukaran. Atas dasar luasnya, pasar abstrak pemasaran komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan merupakan pasar regional, karena melibatkan wilayah pemasaran yang cukup luas yakni tiga desa di dalam satu kecamatan pada wilayah kabupaten, hingga melibatkan tiga provinsi dalam pemasarannya. Dengan demikian komoditi teripang ini tidak

yakni standarisasi, grading, dan info pasar, sedangkan di tingkat usaha pengolahan fungsi yang perlu diperhatikan adalah penanggung resiko. Menurut Hanafiah dan Saefuddin (2014), fungsi tataniaga merupakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan memindahkan barang atau jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi. Dengan demikian jika fungsi ini diperhatikan maka kegiatan yang bertujuan untuk memindahkan komoditi teripang dari produsen ke usaha pengolahan akan berjalan dengan baik

dipasarkan pada pasar Sifana (pasar di ibu kota kabupaten) dan pasar Olilit (pasar di ibu kota kecamatan).

Secara kuantitatif, Gambar 3 menunjukkan bahwa pada tingkat produsen ada perbedaan jumlah jenis teripang dan produksinya. Tercatat terdapat 6 sampai 11 jenis teripang yang diproduksi dengan jumlah produksi antara 1.125 kg sampai 2.820 kg di tiga desa pada Kecamatan Tanimbar Selatan. Sebelas jenis teripang tersebut ditawarkan dan dibeli oleh pedagang pengumpul lokal hingga total produksi adalah 6.170 kg atau 6,17 ton (jumlah produksi pada data pemasaran terakhir). Data jumlah produksi komoditi teripang di pedagang pengumpul lokal (koperasi) tiap buka *sasi* (pemanenan dan penjualan oleh produsen) di masing-masing desa berkisar antara 4 - 10 ton.





Gambar 3. Pemetaan Pemasaran Komoditi Teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan

Harga komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan ditentukan berdasarkan jenis teripang. Untuk Desa Letdalam harga teripang antara Rp 25.000 (untuk jenis teripang nanas) hingga Rp 450.000 per kg (untuk jenis teripang kunyit), Desa Matkus harga teripang antara Rp 25.000 (untuk jenis teripang nanas) hingga Rp 575.000 per kg (untuk jenis teripang gosok), dan Desa

Lermatang harga teripang antara Rp 100.000 (untuk jenis teripang krido polos) hingga Rp 375.000 (untuk jenis teripang jepung) per kg. Perbedaan harga teripang di tingkat pedagang pengumpul lokal dan produsen adalah 15%, sehingga harga jual komoditi teripang dari pedagang pengumpul lokal ke konsumen (usaha pengolahan) adalah antar Rp 27.500 hingga Rp 632.500 per kg.



Gambar 4. Pemetaan Pemasaran Komoditi Teripang Ke Konsumen (Usaha Pengolahan)

Lalu lintas komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan meliputi tiga desa yang cukup berjauhan sebagai produsen dari posisi pedagang pengumpul lokal (koperasi) di ibu kota kabupaten. Lalu lintas komoditi teripang dengan alat transportasi laut (*speed boat*) digunakan untuk menjangkau daerah produksi teripang yang berada pada wilayah pesisir dan pulau kecil. Untuk memperoleh komoditi teripang dari produsen, pedagang pengumpul lokal menempuh jarak terjauh ke Desa Letdalam, kemudian ke seberang Pulau Matkus, dan Desa Lermatang yang relatif lebih dekat.

Dalam memasarkan komoditi teripang ke konsumen (usaha pengoahan), pedagang pengumpul lokal menggunakan transportasi laut antar provinsi (kapal pengiriman barang) yang membutuhkan waktu dan menempuh jarak yang cukup jauh. Gambar 4, menunjukkan bahwa komoditi teripang dari Kabupaten Maluku Tenggara Barat Provinsi Maluku dikirim ke arah utara menuju Provinsi Sulawesi Utara (Kota Manado) dan ke arah barat menuju Provinsi Jawa Barat (Kota Surabaya).

Biaya Pemasaran

Keseluruhan biaya pemasaran didekati atas dasar pengeluaran dari lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran komoditi teripang.

Produsen (pemerintah desa) hanya mengeluarkan biaya komunikasi sebesar Rp. 50.000,- tiap desa (Tabel 3) untuk berkomunikasi melalui telepon dengan koperasi (karyawan koperasi dibidang pemasaran) tentang penentuan waktu proses penjualan komoditi teripang. Pedagang pengumpul lokal (koperasi) mengeluarkan biaya dalam pembelian dan penjualan komoditi teripang (Tabel 4). Biaya pembelian meliputi biaya transportasi, wadah tempat teripang (karung), dan tenaga kerja. Biaya transportasi melingkupi tiga desa yang menjadi produsen komoditi teripang, biaya transportasi tertinggi ada di Desa Letdalam sebesar Rp. 3.000.000,-, kemudian Desa Matkus sebesar Rp 2.500.000,- dan Desa Lermatang sebesar Rp 1.500.000,-. Tinggi rendahnya biaya ini dipengaruhi oleh jarak desa dengan koperasi. Wadah untuk menampung teripang dri produsen adalah karung, biaya yang dikeluarkan oleh koperasi adalah Rp 1.400.000,- untuk 1.400 buah karung, dengan biaya satu buah karung adalah Rp. 10.000,-. Untuk biaya 5 orang tenaga kerja yang digunakan dalam proses pembelian teripang diupah tiap desa masing-masing adalah Rp 300.000,- sehingga biaya yang dikeluarkan adalah Rp 4.500.000,-.

Tabel 3. Biaya Komunikasi Oleh Produsen

Uraian	Biaya (Rp)		
	Matakus	Letdalam	Lermatang
Biaya Komunikasi	50,000	50,000	50,000
Biaya Per kg	18	22	44

Sumber : Data primer diolah (2020)

Tabel 4 memperlihatkan bahwa terdapat tiga biaya penjualan komoditi teripang oleh pedagang pengumpul lokal yakni biaya transportasi, pajak pengiriman, dan buruh. Biaya transportasi pengangkutan komoditi teripang dari koperasi ke pelabuhan untuk

tiap produksi dari desa adalah Rp 250.000,- sehingga jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan adalah Rp 750.000,-. Pajak dari biaya pengiriman yang dikenakan adalah 1,2% per kg sehingga biaya yang dikeluarkan adalah Rp 70.856,-. Untuk biaya



buruh dihitung dengan ketentuan 1 koli (150 kg) adalah Rp 75.000,- sehingga terdapat 41 koli dari 6,17 ton komoditi teripang yang dijual, dengan demikian biaya yang dikeluarkan adalah Rp. 3.085.000,-

Keseluruhan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul lokal

(koperasi) di Kecamatan Tanimbar Selatan adalah Rp 16.805.856,- dalam tiap periode pemasaran komoditi teripang yang dikelola oleh masyarakat melalui pendekatan *sasi*. Atau tiap kg teripang yang dipasarkan oleh pedagang pengumpul lokal (koperasi) memerlukan biaya sebesar Rp 2.723,80.

Tabel 4. Biaya Pemasaran Oleh Pedagang Pengumpul Lokal

No.	Uraian	Biaya (Rp)
1.	Biaya pembelian:	
	a. Transportasi (speed boat dan mobil truk)	7,000,000
	b. Wadah tempat teripang (karung)	1,400,000
	c. Tenaga Kerja	4,500,000
2.	Biaya penjualan:	
	a. Transportasi ke pelabuhan	750,000
	b. Pajak pengiriman	70,856
	c. Buruh	3,085,000
	Jumlah	16,805,856
	Jumlah per kg	2,723.80

Sumber : Data primer diolah (2020)

Selain biaya yang dikeluarkan oleh produsen dan pedagang pengumpul lokal, biaya pemasaran juga dikeluarkan oleh konsumen sebagai usaha pengolahan. Biaya tersebut adalah biaya pengiriman komoditi teripang dari pedagang pengumpul lokal (koperasi), Tabel 5 menunjukkan biaya pengiriman per ton adalah Rp 975.000,-.

Total biaya pemasaran komoditi teripang yang melibatkan tiga produsen (tiga pemerintah desa), satu pedagang pengumpul lokal (koperasi), dan dua konsumen (usaha

pengolahan) adalah Rp 22.860.546,- untuk satu kali periode pemasaran sesuai dengan waktu buka *sasi* sebagai tanda komoditi teripang di panen. Lembaga pemasaran yang mengeluarkan biaya pemasaran tertinggi adalah pedagang pengumpul lokal (sebesar 73,51%), kemudian konsumen (sebesar 25,83%), dan produsen (sebesar 0,65%).

Tabel 5. Biaya Pengiriman Oleh Usaha Pengolahan (Konsumen)

Uraian	Unit	Satuan	Biaya Per Unit (Rp)	Jumlah (Rp)	Jumlah/kg (Rp)
Biaya Pengiriman	6.17	ton	957,000	5,904,690	957

Sumber : Data primer diolah (2020)

Margin Pemasaran

Rata-rata harga teripang di tingkat produsen (pemerintah desa) adalah Rp 214.426,-/kg dan di tingkat konsumen

(usaha pengolahan) adalah Rp 246.589,-/kg. Selisih kedua harga ini merupakan margin pemasaran teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan, yakni sebesar Rp 32.164,-/kg (Tabel



6). Nilai ini menunjukkan bahwa tiap kilogram teripang yang dipasarkan oleh produsen yang melewati pedagang pengumpul lokal hingga ke konsumen memiliki harga berbeda dan cenderung meningkat. Selain itu nilai ini juga dapat diartikan sebagai nilai tambah, menurut Swastha (2015) nilai tambah merupakan selisih nilai pada sebuah barang karena telah

mengalami proses dari bentuk produksi. Nilai tambah dalam pemasaran ini diterima oleh pedagang pengumpul lokal yang berperan cukup besar untuk membeli dan mengolah komoditi teripang (proses pengeringan) kemudian menjual ke konsumen.

Tabel 6. Margin Pemasaran Komoditi Teripang

Uraian	Desa						Rataan
	Matakus		Letdalam		Lermatang		
	Produsen	PPL (Koperasi)	Produsen	PPL (Koperasi)	Produsen	PPL (Koperasi)	
Harga di tingkat Produsen (Rp/kg)	-	256,818	-	195,833	-	190,625	214,426
Harga di tingkat Konsumen (Rp/Kg)	256,818	295,341	195,833	225,208	190,625	219,219	246,589
Margin Pemasaran (Rp/kg)	-	38,523	-	29,375	-	28,594	32,164

Sumber : Data primer diolah (2020)

Keterangan: PPL = Pedagang pengumpul lokal

Berdasarkan Tabel 6, margin pemasaran tertinggi ada di Desa Matakus, dikarenakan rata-rata harga teripang di tingkat produsen sebesar Rp 256.818,-/kg dan harga teripang di tingkat konsumen sebesar Rp 295.341,-/kg. Selisih dua harga ini cukup jauh dibandingkan margin pemasaran di Desa Letdalam dan Desa Lermatang.

Jika margin pemasaran di analisis berdasarkan jenis teripang Gambar 5 maka jenis teripang gosok (*Holothuria scabra*) memiliki margin pemasaran yang besar yakni Rp 86.250/kg, dimana produsen menjual teripang dengan harga 575.000,-/kg namun harga di tingkat konsumen yang dijual oleh pedagang pengumpul lokal dapat mencapai Rp 661.250,-/kg. Sedangkan margin pemasaran terendah adalah jenis teripang kunyit (*Actinopyga echnities*) yang juga memiliki harga teripang terendah dibandingkan jenis lainnya yakni Rp

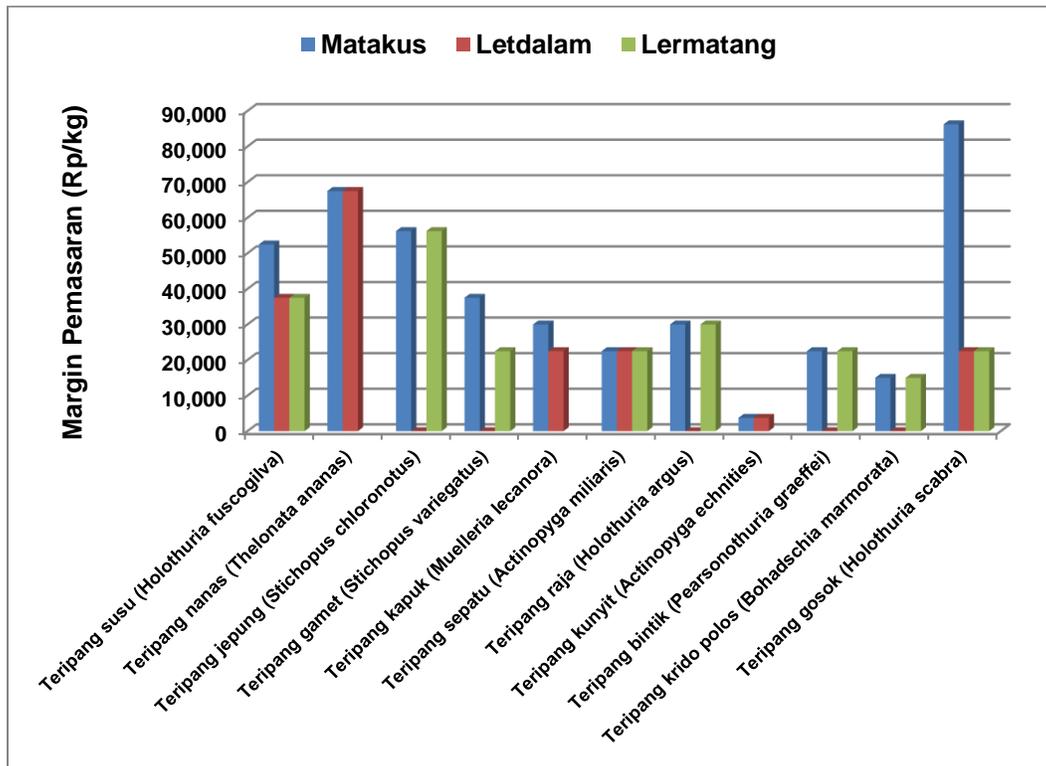
25.000,-/kg di tingkat produsen dan Rp 28.750,-/kg di tingkat konsumen.

Hasil survei menunjukkan bahwa harga komoditi teripang ditentukan oleh produsen (pemerintah desa) dan pedagang pengumpul lokal (koperasi), penentuan harga didasarkan pada faktor biaya. Penentuan harga jual komoditi teripang dari produsen tidak terlepas dari pengaruh pedagang pengumpul lokal, hal ini disebabkan karena modal dalam pengelolaan komoditi teripang melalui sistem *sasi* (modal produksi) diperoleh dari pedagang pengumpul lokal. Artinya bahwa harga yang disepakati antara produsen dan pedagang pengumpul lokal, dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul lokal. Selanjutnya penentuan harga jual oleh pedagang pengumpul lokal ke konsumen (usaha pengolahan) juga ditentukan atas dasar biaya-biaya yang dikeluarkan oleh



pedagang pengumpul lokal. Persentase penentuan harga jual oleh pedagang pengumpul dari harga beli antara 10% hingga 15% tiap kilogram teripang. Persentase ini bertujuan agar dari tiap

kilogram penjualan teripang pedagang pengumpul (koperasi) dapat memperoleh laba atau keuntungan.



Gambar 5. Margin Pemasaran Sesuai Jenis Komoditi Teripang

Keuntungan Pemasaran

Setelah mengetahui biaya dan margin pemasaran, maka keuntungan pemasaran dalam saluran pemasaran komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan perlu untuk diuraikan. Analisis keuntungan pemasaran ini ditekankan pada keuntungan lembaga pemasaran, yakni produsen (pemerintah desa) dan pedagang pengumpul lokal (koperasi).

Tabel 7 menunjukkan bahwa, rata-rata keuntungan produsen adalah Rp

214.397,-/kg dan rata-rata keuntungan pedagang pengumpul lokal adalah Rp 29.241,-/kg. Terlihat bahwa produsen memperoleh keuntungan yang cukup tinggi dibandingkan dengan pedagang pengumpul lokal. Hal ini disebabkan rendahnya biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan komoditi teripang oleh produsen, sedangkan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedang pengumpul lokal cukup besar.

Tabel 7. Analisis Keuntungan Pemasaran

Uraian	Desa							
	Matakus		Letdalam		Lermatang		Rataan	
	Produsen	PPL	Produsen	PPL	Produsen	PPL	Produsen	PPL
Harga jual (Rp/kg)	256,818	295,341	195,833	225,208	190,625	219,219	214.426	246.589
Harga Beli (Rp/kg)	0	256,818	0	195,833	0	190,625	0	214.426
Biaya Pemasaran (Rp/kg)	18	2,231	22	2,871	44	3,667	28	2.923
Keuntungan (Rp/kg)	256,800	36,291	195,811	26,504	190,581	24,927	214.397	29.241

Sumber : Data primer diolah (2020)

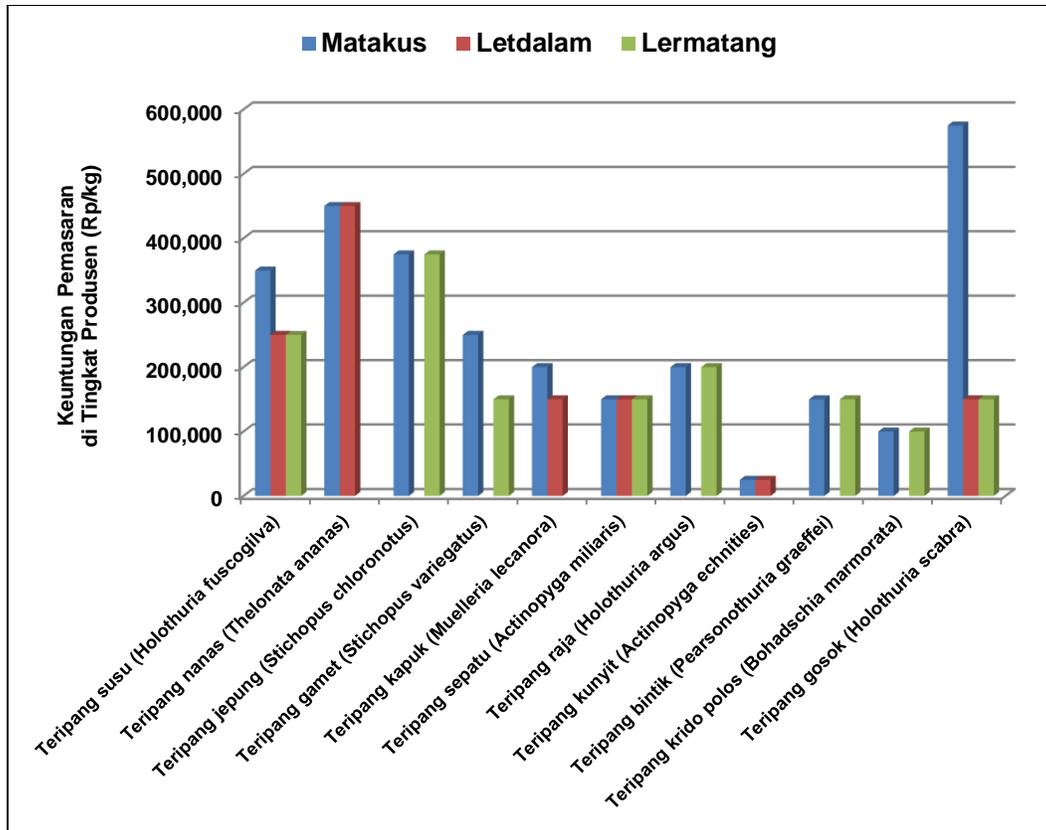
Keterangan: PPL = Pedagang pengumpul lokal (koperasi)

Produsen yang memperoleh keuntungan pemasaran tertinggi ada di Desa Matakus (dengan harga jual yang paling tinggi dan biaya pemasaran terendah), kemudian Desa Letdalam dan Desa Lermatang. Perbedaan atau tinggi rendahnya harga jual komoditi teripang per kilogram tergantung pada jenis-jenis teripang yang ada di masing-masing desa, sedangkan besar kecilnya biaya pemasaran per kilogram yang dikeluarkan oleh produsen dipengaruhi oleh jumlah produksi komoditi teripang, mengingat total biaya pemasaran di masing-masing desa adalah sama sebesar Rp 50.000,- (Tabel 3).

Gambar 6 memperlihatkan bahwa keuntungan pemasaran tertinggi di Desa Matakus oleh karena keuntungan pemasaran pada jenis teripang gosok (*Holothuria scabra*) mencapai Rp 574.982,-/kg. Hal ini dikarenakan harga jual jenis teripang ini yang mampu mencapai Rp 575.000,-/kg. Untuk Desa Letdalam jenis teripang yang memberikan keuntungan pemasaran tertinggi bagi produsen adalah jenis teripang

nenas (*Thelonata ananas*), dan untuk Desa Lermatang adalah jenis teripang jepung (*Stichopus chlorobotus*).

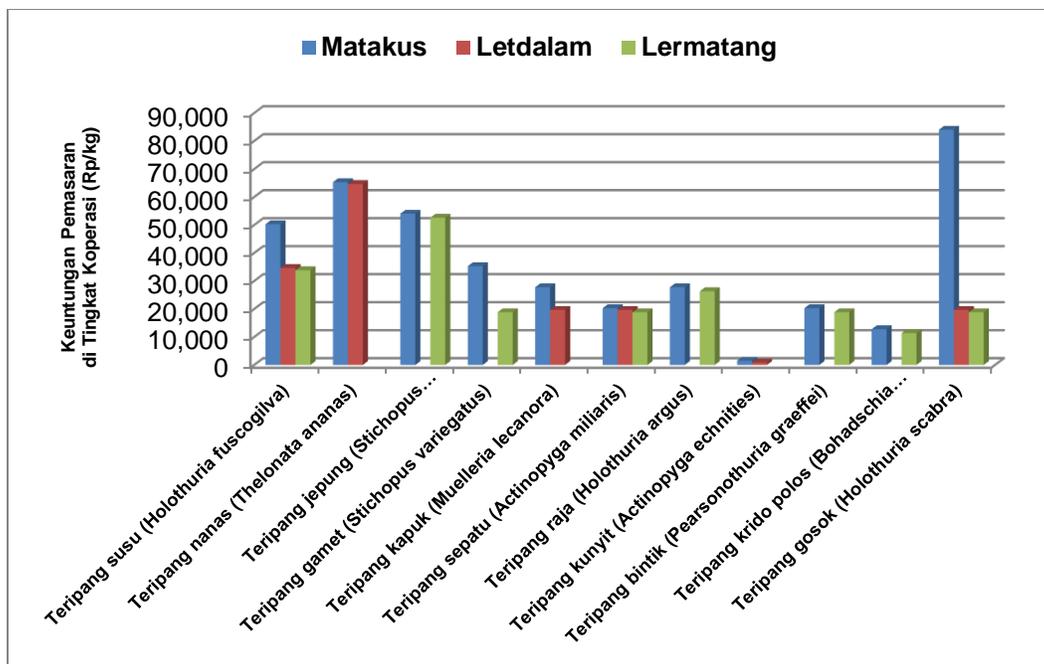
Pedagang pengumpul lokal yang melakukan aktivitas pemasaran komoditi teripang dari tiga desa di Kecamatan Tanimbar Selatan memperoleh pendapatan tertinggi di Desa Matakus sebesar Rp 36.291,-/kg dan terendah ada di Desa Lermatang sebesar Rp 24.927,-/kg. Sama halnya dengan keuntungan pemasaran untuk produsen, keuntungan pemasaran tertinggi pedagang pengumpul lokal ada pada pada jenis teripang gosok (*Holothuria scabra*) di Desa Matakus adalah Rp 84.019,-/kg (Gambar 9). Hal ini dikarenakan harga jual jenis teripang ini dapat mencapai Rp 661.250,-/kg. Kemudian dari Desa Letdalam jenis teripang yang memberikan keuntungan tertinggi bagi pedagang pengumpul lokal adalah jenis teripang nenas (*Thelonata ananas*), dan dari Desa Lermatang adalah jenis teripang jepung (*Stichopus chlorobotus*).



Gambar 6. Keuntungan Pemasaran Sesuai Jenis Komoditi Teripang di Tingkat Produsen

Dari Gambar 6 dan 7, memperlihatkan bahwa ada kesamaan keuntungan pemasaran berdasarkan masing-masing jenis teripang yang diterima oleh produsen, walaupun besar (nilai) keuntungan yang diterima berbeda. Artinya bahwa jika jenis teripang gosok (*Holothuria scabra*) di tingkat produsen memperoleh keuntungan pemasaran yang tinggi maka di tingkat pedagang pengumpul lokal juga akan memperoleh keuntungan yang tinggi.

Selanjutnya ada tiga jenis teripang (teripang gosok, teripang nenas, dan teripang jepung) yang perlu mendapat perhatian dalam pengelolaannya (proses produksi) di tingkat produsen (pemerintah desa) dan penangannya dalam proses pemasaran di tingkat pedagang pengumpul lokal (koperasi) agar produsen atau pedagang pengumpul lokal bisa memperoleh keuntungan pemasaran tertinggi.



Gambar 7. Keuntungan Pemasaran Sesuai Jenis Komoditi Teripang di Tingkat Pedagang Pengumpul Lokal (Koperasi)

Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Jumlah Produksi Teripang

Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi jumlah produksi teripang tiap tahun adalah periode *sasi*, rata-rata tingkat pendidikan, rata-rata harga teripang, dan biaya transportasi. Keempat faktor ini merupakan variabel bebas dalam analisis regresi linear berganda.

Periode *sasi* adalah periode waktu larangan untuk mengambil teripang sebagai bentuk pengelolaan teripang. Tabel 8 menunjukkan, bahwa dari tahun 2018

hingga tahun 2019, periode *sasi* teripang pada tiga desa di Kecamatan Tanimbar Selatan adalah antara 3 hingga 5 bulan atau 6 hingga 10 bulan dalam satu tahun. Periode *sasi* ini menunjukkan peningkatan lama waktu *sasi*, hingga pada tahun 2019 *sasi* teripang di tiga desa berlangsung selama 5 bulan untuk sekali periode *sasi*, maka untuk dalam satu tahun terdapat dua periode *sasi* atau dua kali dalam setahun dilakukan pemanenan teripang (produksi teripang).

Tabel 8. Variabel-Variabel Analisis Regresi

Tahun	Variabel Y = Produksi Teripang (Kg)	Variabel X1 = Periode <i>Sasi</i> (Bulan)	Variabel X2 = Rata-Rata Tingkat Pendidikan (Tahun)	Variabel X3 = Rata-Rata Harga Teripang (Rp/Kg)	Variabel X4 = Biaya Transportasi (Rp)
2012	4000	3	6	75.000	500.000
2013	4500	3	6	75.000	500.000
2014	4000	3	6	150.000	1.200.000
2015	5000	4	6	150.000	1.200.000
2016	5000	4	9	200.000	1.500.000
2017	6500	5	9	200.000	1.500.000
2018	7000	5	12	250.000	1.800.000
2019	6170	10	12	256.818	1.800.000

Sumber : Data primer diolah (2020)



Tingkat pendidikan dimaksud adalah rata-rata tingkat pendidikan formal masyarakat pada tiga desa (Desa Matakus, Lermatang dan Letdalam). Melalui hasil wawancara dengan staf masing-masing desa, rata-rata tingkat pendidikan masyarakat desa meningkat sejalan dengan adanya perbaikan sistem pemerintahan (melalui pemekaran wilayah menjadi kabupaten pada tahun 2012) sehingga sarana dan pasarana penunjang pendidikan juga tersedia dengan baik di wilayah Kecamatan Tanimbar Selatan Kabupaten Maluku Tenggara Barat. Tabel 8 menunjukkan rata-rata pendidikan masyarakat tiga desa pada tahun 2019 adalah SMA (12 tahun).

Rata-rata harga teripang yang dipasarkan pada tiga desa di Kecamatan Tanimbar Selatan diperoleh dari pedagang pengumpul lokal (koperasi). Menurut data koperasi, harga teripang meningkat dari tahun 2012 sebesar Rp 75.000,-/kg hingga tahun 2019 sebesar Rp 256.818,-/kg. Sejalan dengan kenaikan harga teripang, biaya transportasi pemasaran teripang yang dikeluarkan dari koperasi juga menunjukkan hal yang sama (Tabel 8), dimana biaya transportasi juga meningkat dari tahun 2012 sebesar Rp 500.000,- hingga tahun 2019 sebesar Rp 1.800.000,-. Peningkatan biaya transportasi ini diakibatkan peningkatan harga bahan bakar minyak (BBM), dengan meningkatnya biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul lokal (koperasi) maka harga teripang per kilogram juga disesuaikan oleh koperasi untuk menutupi

total biaya yang dikeluarkan dan memperoleh laba/keuntungan.

Tabel 8 memperlihatkan jumlah produksi teripang selama satu periode *sasi* yang berfluktuasi dari tahun 2012 sebesar 4 ton hingga tahun 2019 sebesar 6,2 ton. Tercatat jumlah produksi tertinggi berada pada tahun 2018 sebesar 7 ton dan terendah pada tahun 2012 dan 2014 sebesar 4 ton. Jumlah produksi ini merupakan variabel tidak bebas yang akan diregresikan dengan empat variabel bebas. Berdasarkan hasil regresi (Tabel 9) menunjukkan bahwa keempat variabel bebas secara bersamaan (simultan) signifikan terhadap variabel tidak bebas pada taraf kepercayaan 95%, dikarenakan p-value F_{hitung} sebesar $0,018 > 0,010$ tetapi $< 0,050$. Signifikan berarti variabel bebas secara linier berhubungan dengan variabel tidak bebas atau secara simultan variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel tak bebas. Pengaruh ini dapat dilihat dari koefisien determinasi disesuaikan (*adjusted r square*) sebesar 91,1%, nilai ini menunjukkan bahwa 91,1% variabel bebas mampu menjelaskan perubahan (mempengaruhi) variabel tak bebas, sedangkan 8,9% adalah variabel lain di luar model. Pengaruh ini dapat dilihat dari koefisien determinasi disesuaikan (*adjusted r square*) sebesar 91,1%, nilai ini menunjukkan bahwa 91,1% variabel bebas mampu menjelaskan perubahan (mempengaruhi) variabel tak bebas, sedangkan 8,9% adalah variabel lain di luar model.

Tabel. 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uraian	Konstanta	Periode Sasi (X1)	Pendidikan (X2)	Harga (X3)	Biaya Transportasi (X4)	r ² (adj)	df	F _{hitung}	P-value F _{hitung}
Koefisien	9,576	0,899	1,036	-2,958	2,222	91,1%	7	18,98	0,018
SE Koefisien	1,504	0,248	0,881	2,805	2,198				
T _{hitung}	6,37	3,62	1,18	-1,05	1,01				
p-value T _{hitung}	0,008	0,036	0,324	0,396	0,387				

Sumber : Data primer diolah (2020)



Model persamaan regresi linear berganda yang dianalisis dengan mentransformasi nilai-nilai variabel pada Tabel 8 ke dalam bentuk Ln adalah sebagai berikut:

Persamaan regresi:

$$\text{Ln } Y = 9,58 + 0,89 \text{ Ln } X_1 + 1,04 \text{ Ln } X_2 - 2,96 \text{ Ln } X_3 + 2,22 \text{ Ln } X_4.$$

Persamaan regresi ini (dalam bentuk Ln) kemudian ditransformasi kembali ke bentuk regresi linier berganda melalui perkalian koefisien regresi Ln dengan bilangan eksponensial (logaritma natural) sebesar 2,71828 sehingga diperoleh persamaan regresi: $Y = 14.472,42 + 2,46 X_1 + 2,83 X_2 - 19,30 X_3 + 9,21 X_4$. Persamaan regresi ini menunjukkan bahwa, jika keseluruhan variabel bebas sama dengan nol maka jumlah produksi teripang di tiga desa dapat mencapai 14.472,42 ton per tahun. Kemudian tiga variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel tidak bebas, kecuali variabel harga teripang yang berpengaruh negatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tingkat pemasaran komoditi teripang di Kecamatan Tanimbar Selatan adalah saluran pemasaran tingkat satu atau *one level*. Selain itu, total biaya pemasaran komoditi teripang adalah Rp 22.860.546,- dan margin pemasaran teripang sebesar Rp 32.164,-/kg. Secara simultan faktor periode *sasi*, pendidikan, harga, dan biaya transportasi berpengaruh nyata terhadap produksi teripang, dan secara parsial faktor yang berpengaruh terhadap produksi teripang adalah faktor periode *sasi*.

Saran

Perlu dibentuk kerjasama antar pemerintah daerah dengan produsen (desa) dan pedagang pengumpul lokal (koperasi) dalam pengelolaan komoditi

teripang dengan pendekatan *sasi* menjadi lebih efisien dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Boer, Menofatria. 2014. *Dasar-Dasar Penarikan Contoh*. Laboratorium Manajemen Sumberdaya Perikanan, Jurusan Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor.
- DKP, 2018. *Potensi Sumberdaya Perikanan*. Dinas Perikanan dan Kelautan Povinsi Maluku Utara. <http://www.malutprov.go.id>.
- Hanafiah A.M dan Saefuddin, A.M. 2014. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Kissy, E., 2017. *Sasi Aman Huru-Ukui : Tradisi Kelola Sumberdaya Alam Lestari di Haruku*. Yayasan Sejati, Jakarta.
- Kompas, 06 Desember 2017. *Sasi Laut Tingkatkan Populasi Teripang*. <http://www.swastihayu.blogspot.com>.
- Kottler, P., 2014. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kottler, P., 2014. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid 1, Edisi Ke Duabelas. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, 2015. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. AMP-YKPN. Yogyakarta.
- Kusnadi, 2014. *Keberdayaan Nelayan dan Dinamika Ekonomi Pesisir. Pusat Penelitian Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil*, Lembaga Penelitian Universitas Jember dan Ar-RuzzMedia, Yogyakarta.



- Leatemia. D.A.F, 2013. *Kontribusi Pendapatan dan Analisis Curahan Waktu Wanita Papalele Ikan Cakalang (Katsuwonus pelamis) di Desa Tulehu*. Skripsi. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Universitas Pattimura Ambon.
- Lewerisa. Y. A. 2010. *Pengelolaan Teripang Berbasis Sasi Di Negeri Porto Dan Desa Warialau Provinsi Maluku*. Tesis. Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor.
- Martoyo dkk. 2010. *Budidaya Teripang*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nikijuluw, V.P.H, 2002. *Rezim Pengelolaan Sumberdaya Perikanan*. PT Pustaka Cidesindo, Jakarta.
- Pattiselano, E. A., 2010. *Analisis Sikap dan Perilaku Terhadap Sasi Pada Masyarakat Pulau Saparua Kabupaten Maluku Tengah*. Thesis Pada Program Pasca Sarjana Universitas Samratulangi, Manado.
- Sarma. 2012. *Pemetaan Produk Perikanan Di Pasar Leuwiliang, Kecamatan Lauwiliang, Kabupaten Bogor*. Skripsi. Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor.
- Satiawati. A. 2017. *Pemetaan Produk Perikanan Di Pasar Leuwiliang, Kecamatan Lauwiliang, Kabupaten Bogor*. Skripsi. Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor.
- Sudradjat A. 2019. *Budidaya 23 Komododitas Menguntungkan*. Penebara Swadaya. Jakarta

