

EFISIENSI PEMASARAN UDANG VANAME DI KECAMATAN PASIR SAKTI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh
Wayan Erico Aditama

RINGKASAN

Udang vaname (*Litopenaeus vanamei*), biasa disebut udang putih, berasal dari Hawaii. Udang ini telah banyak dikembangkan di China, Thailand, Taiwan, Vietnam dan Indonesia. Lampung sebagai gerbang dari Pulau Sumatera memiliki daerah pesisir yang sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai area tambak produksi udang. Besarnya peluang komoditas udang vaname di pasar sejalan dengan permasalahan yang dihadapi. Salah satu kendala utama adalah adanya rantai distribusi yang panjang, yang melibatkan beberapa perantara mulai dari petambak, pengepul, hingga pedagang pengecer sebelum akhirnya sampai ke konsumen akhir. Hal ini menyebabkan adanya biaya tambahan pada setiap tahapan distribusi yang berujung pada harga jual yang lebih tinggi, sementara petambak menerima margin yang lebih kecil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran udang vaname di Kecamatan Pasir Sakti Kabupaten Lampung Timur. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan *simple random sampling*, *snowball sampling* dan *purposive sampling*. Metode penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk menentukan lembaga pemasaran dan dalam penentuan margin pemasaran menggunakan perhitungan rumus margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran udang vaname di Kecamatan Pasir Sakti yaitu saluran I: petambak–pedagang pengumpul–pedagang besar–pedagang pengecer–konsumen akhir, saluran II: petambak–pedagang besar–pedagang pengecer–konsumen, saluran III: petambak–pedagang pengecer–konsumen akhir. Margin pemasaran yang terdapat pada saluran I sebesar Rp42.029, saluran II sebesar Rp42.029 dan saluran III sebesar Rp42.029. hasil perhitungan *farmer's share* pada saluran I yaitu sebesar 76,92%, saluran II yaitu sebesar 82,69% dan saluran III yaitu sebesar 91,67%. Sedangkan hasil perhitungan efisiensi pemasaran menghasilkan saluran I sebesar 51,12%, saluran II 49,67% dan saluran III sebesar 48,30%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa saluran III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena hasil perhitungan margin pemasaran rendah dan *farmer's share* yang tinggi. Saluran pemasaran I tidak efisien sedangkan saluran II dan III pada pemasaran udang vaname di Kecamatan Pasir Sakti sudah efisien karena persentase dari nilai efisiensi pemasaran tidak melebihi 50%.