

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BENIH IKAN LELE DUMBO (*Clarias gariepinus*)
MENURUT PENDEKATAN ELASTISITAS PERMINTAAN
(STUDI KASUS DI DESA SAGARACIPTA KECAMATAN CIPARAY KABUPATEN BANDUNG)
*The Efficiency Marketing Analysis of Cat Fish Seed (*Clarias gariepinus*) According Demand Elasticity Approach
(A case Study at Sagaracipta Village Ciparay Sub Regency Bandung Regency)***

EVA PRASETIYONO
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Padjadjaran Jatinangor, Bandung 40600

Abstract

The study was performed to recognize marketing efficiency on cat fish seed sale from seeder to the drain by demand elasticity approach. Beside it, this study also performed to know most efficiency marketing at exist drains. The study located at Sagaracipta Village Ciparay Sub regency Bandung Regency from August 2006 until September 2006.

The research method that used was survey method. Survey method is research method that taking the sample from one population and using the questioner as tool to collect main data. There are 3 main features of survey method in this study, that are data collected from respondent (sample of population) that represented all population, data collected by questioner, generally analysis unit is individual.

The study result describes that cat fish seed marketing from seeder to the drain in Sagaracipta was not efficient for the drain. It can seen by demand elasticity rate was larger than 1 ($e > 1$). Among 6 drains that exist, there are 4 drains that has more efficient than others, because their Marginal Revenue (MR) rate were large.

Keywords : efficiency marketing, cat fish seed, demand elasticity

PENDAHULUAN

Ikan lele (*Clarias gariepinus*) merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang digemari oleh masyarakat Indonesia karena memiliki rasa daging yang lezat, mudah dicerna dan bernilai gizi cukup tinggi. Ikan ini merupakan salahsatu komoditas perikanan air tawar yang banyak diproduksi dan dibudidayakan oleh para petani ikan terutama petani ikan di Jawa Barat. Budidaya ikan lele dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan keluarga petani, membuka peluang kesempatan kerja baru, dan meningkatkan produktivitas lahan. Permintaan akan ikan lele sekarang ini terus meningkat dari tahun ke tahun sebagai akibat meningkatnya jumlah penduduk dan tingkat pendapatan masyarakat, sedangkan produksinya diharapkan bisa mencukupi permintaan pasar (Azizi *et al.* 2001).

Kegiatan produksi dan budidaya benih ikan lele sudah lama berkembang di masyarakat Pulau Jawa, terutama di daerah Jawa Barat (Azizi *et al.* 2001). Salahsatu sentra produksi perikanan benih ikan lele di Jawa Barat adalah Kabupaten Bandung (Dinas Perikanan dan Kelautan Jawa Barat 2003).

Dalam usaha pengembangan produksi ikan lele, permasalahan yang dihadapi oleh para petani ikan lele sangat berfluktuasi, baik dilihat dari sisi jumlah petani, luas lahan, tingkat produktivitas yang dapat dicapai maupun pemasaran hasil produksi (Azizi *et al.* 2001).

Menurut Bardach, *et al* (1992) dalam Azizi *et al.* (2001), keberhasilan suatu produksi tergantung dari hasil pemasaran kegiatan perikanan, baik perikanan tangkap maupun perikanan budidaya. Pemasaran ini sering menjadi masalah dalam penyaluran hasil produksi petani ikan karena efisiensinya masih rendah (Mubyarto 1989). Anna (2006) mengatakan bahwa pemasaran yang efisien adalah pemasaran yang semakin banyak diserap pasar.

Biasanya dalam pemasaran suatu komoditi, produsen memiliki beberapa alternatif dalam menjual barang yang dihasilkannya ke konsumen. Tetapi dalam pemasaran benih ikan lele dumbo di Desa Sagaracipta, Kecamatan Ciparay, pembenih lele senantiasa menjual benihnya kepada bandar. Efisiensi dalam pemasaran benih lele dumbo di Desa Sagaracipta ini merupakan hal yang penting untuk dikaji karena semakin efisien suatu pemasaran, semakin besar tingkat keberhasilan dalam pemasaran tersebut.

Untuk mengetahui pemasaran yang efisien dari pembenih ke bandar dilakukan dengan melihat elastisitas permintaan terhadap komoditi lele dalam pemasaran tersebut. Semakin permintaan inelastis, semakin banyak diserap pasar, yang berarti pemasaran tersebut efisien karena semakin menguntungkan bagi para pelaku pasar.

Di Desa Sagaracipta, Kecamatan Ciparay, terdapat beberapa bandar yang menjadi tujuan penjualan benih ikan lele dumbo oleh pembenih. Antara bandar yang satu dengan bandar yang lain memiliki tingkat efisiensi pemasaran yang berbeda-beda. Untuk itu perlu dilihat diantara bandar yang ada, mana yang paling efisien. Bandar yang paling efisien memiliki keuntungan yang lebih baik.

Penelitian tentang teknik budidaya, biologi ikan lele dan hal-hal yang lainnya berkenaan dengan spesies ikan lele sudah banyak dilakukan, akan tetapi penelitian mengenai pemasaran ikan lele masih cukup jarang yang melakukannya (Azizi *et al.* 2001).

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui efisiensi pemasaran dalam penjualan benih ikan lele dumbo dari pembenih ke bandar dengan pendekatan elastisitas permintaan.
2. Mengetahui pemasaran yang paling efisien diantara bandar yang ada.

Analisis Elastisitas Permintaan. Dalam suatu permintaan, perubahan-perubahan harga sering terjadi didalamnya. Apabila perubahan harga yang kecil menimbulkan perubahan yang besar terhadap jumlah barang yang diminta maka dikatakan bahwa permintaan barang tersebut bersifat sangat responsif terhadap perubahan harga, atau permintaannya adalah elastis. Sebaliknya, apabila perubahan harga relatif besar tetapi permintaannya tidak banyak berubah maka dikatakan bahwa permintaannya tidak elastis (Sukirno 2002).

Secara teori maupun dalam praktek sehari-hari, perlu dilakukan analisis ekonomi untuk mengetahui sampai sejauhmana responsif permintaan terhadap perubahan harganya. Oleh sebab itu perlu dikembangkan satu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampai dimana besarnya pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan. Ukuran ini dinamakan elastisitas permintaan (Sukirno 2002).

Untuk melihat variabel-variabel yang berpengaruh terhadap permintaan benih ikan lele di Desa Sagaracipta, Kecamatan Ciparay dilakukan pendekatan fungsi permintaan. Rumusan hubungan antara permintaan dengan benih lele dalam bentuk suatu fungsi yaitu:

$$Y = f (X_1, X_2)$$

Keterangan :

Y = Jumlah permintaan benih lele dumbo oleh bandar (cangkir)

X₁ = Harga beli benih ikan lele dumbo dari pembenih (Rp/cangkir)

X₂ = Pendapatan bandar (Rp/minggu)

Adapun fungsi persamaan permintaan dapat dibuat dalam bentuk sebagai berikut (Gujarati 1978) :

$$Y = \alpha_0 \cdot X_1^{\alpha_1} \cdot X_2^{\alpha_2}$$

Persamaan diatas dapat ditransformasikan kedalam bentuk linier menjadi persamaan berikut:

$$\ln Y = \ln \alpha_0 + \alpha_1 \ln X_1 + \alpha_2 \ln X_2$$

Alfa pada rumus diatas disebut juga sebagai koefisien regresi yang menyatakan nilai elastisitas, dimana:

α_1 = Elastisitas permintaan benih ikan lele/Elastisitas harga (ϵ_1)

α_2 = Elastisitas permintaan pendapatan (ϵ_2)

Untuk mendapatkan besarnya nilai α_1 yang merupakan nilai elastisitas permintaan benih lele, rumus diatas dimasukkan ke dalam program SPSS 12. Jika nilai α_1 lebih kecil dari 1, maka permintaan tersebut bersifat inelastis yang berarti pemasaran benih lele tersebut efisien. Sebaliknya, bila nilainya lebih besar dari 1, maka permintaannya bersifat elastis atau pemasaran benih lele tersebut tidak efisien (Anna 2006).

Setelah didapatkan besarnya nilai koefisien regresi, selanjutnya dicari nilai MR (Marginal Revenue) pada bandar. Nilai MR pada bandar yang paling besar berarti paling inelastis atau paling efisien dibandingkan dengan yang lainnya. Sebaliknya bila nilai MR rendah berarti semakin elastis atau inefisien (Anna 2006).

Analisis Total Revenue (TR) dan Marginal Revenue (MR). Menurut Sukirno (2002), Total Revenue (TR) atau hasil penjualan total yaitu seluruh jumlah pendapatan yang diterima oleh produsen dari menjual barang yang diproduksinya. Dalam konsep elastisitas permintaan, elastisitas suatu kurva permintaan mempunyai kaitan

dengan besar kecilnya hasil penjualan total (TR) bagi suatu lembaga pemasaran. Menurut Iswardono (1989), jika $e > 1$, TR akan meningkat yang berarti permintaan tersebut bersifat elastis. Sebaliknya jika $e < 1$, maka TR akan menurun dan permintaan tersebut bersifat inelastis. Total Revenue (TR) dapat diturunkan kedalam bentuk MR (Marginal Revenue). Dalam kaitannya dengan elastisitas, besar kecilnya nilai MR tergantung dari besar kecilnya nilai elastisitas permintaan. Semakin besar nilai MR maka nilai elastisitas akan semakin kecil. Sebaliknya semakin kecil nilai elastisitas, semakin besar nilai MR. Menurut Anna (2006), nilai MR yang paling besar dalam suatu pemasaran adalah yang paling efisien.

Dalam kaitannya dengan elastisitas permintaan, Total Revenue dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR = Penerimaan total pada harga ke-n

P = Harga ke-n

Q = Jumlah permintaan ke-n

Jika $e > 1$, TR akan meningkat.

Sebaliknya jika $e < 1$, maka TR akan menurun (Iswardono 1989).

Rumus TR diatas dapat diturunkan kedalam bentuk MR yaitu:

$$MR = \frac{dP}{dQ} Q + P \quad P = \frac{dP}{dQ} \cdot \frac{Q}{P} + 1$$

$$MR = P \cdot \left(1 + \frac{1}{\epsilon}\right)$$

Keterangan :

MR = Marginal Revenue

P = Harga

ϵ = Elastisitas permintaan

Jika $e > 1$, MR akan semakin kecil.

Sebaliknya jika $e < 1$, maka MR semakin besar.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Desa Sagaracipta, Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung. Waktu Penelitian dilakukan selama 3 bulan yaitu bulan Juli sampai dengan Oktober 2006. Rincian pelaksanaan penelitian ini terdiri atas tahap persiapan (Juli), pengumpulan data (Agustus - September), pengolahan data (September), dan penulisan (Oktober). Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Silalahi 1999). Populasi sasaran (target population) dalam penelitian ini adalah para pembenih ikan lele dumbo dan bandar di Desa Sagaracipta, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung. Pengambilan responden dilaksanakan secara acak sederhana dengan menggunakan metode random sampling terhadap populasi sasaran.

Jumlah pembenih lele di Desa Sagaracipta, Kecamatan Ciparay diketahui dari data sekunder yang didapat dari petugas penyuluh perikanan Kecamatan Ciparay. sedangkan jumlah bandar tidak diketahui. Dari data sekunder pembenih lele di Desa Sagaracipta,

Kecamatan Ciparay, jumlah pembenih yang ada yaitu sebanyak 140 orang. Dari jumlah pembenih ikan lele tersebut, diambil sampel responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Al Rasyid 1994):

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{(n_0 - 1)}{N}}$$

diketahui, $n_0 = \frac{1}{4} \times \left[\frac{Z}{d} \right]^2$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel yang dikehendaki
- no = Jumlah sampel optimum
- N = Jumlah seluruh responden
- Z = Koefisien kepercayaan 90%, yang besarnya 1,64
- d = Batas kekeliruan (Bound of error) = 10 %

Dari rumus, didapat jumlah sampel responden untuk pembenih ikan lele yang diambil sebanyak 45 orang. Selanjutnya responden bandar diperoleh berdasarkan data hasil wawancara dengan responden pembenih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan umum daerah penelitian. Desa Sagaracipta merupakan salahsatu Desa yang terdapat di Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung. Desa ini terdiri dari 3 dusun dan 13 Rukun Warga (RW). Masing-masing dusun terdapat beberapa RW didalamnya. Dusun-dusun yang terdapat di Desa Sagaracipta yaitu :

1. Dusun Gardu, terdiri dari 9 RW, diantaranya RW 01 (Kampung Buntrak), RW 02 (Kampung Cengkrong), RW 03 (Kampung Gardu Tengah), RW 04 (Kampung Gardu Pasar), RW 05 (Kampung Sadang), RW 10 (Kampung Sadang Kulon), RW 11 (Kampung Tanjung), RW 12 (Kampung Gardu Kaler), dan RW 13 (Kampung Cipaku Kidul).
2. Dusun Rancabogo, terdiri dari 2 RW yaitu RW 06 (Kampung Sukamahi) dan RW 07 (Kampung Rancabogo).
3. Dusun Sayuran, terdiri dari 2 RW yaitu RW 08 (Kampung Sayuran) dan RW 09 (Kampung Sukamaju).

Desa Sagaracipta memiliki luas 253,395 Ha. Secara geografis wilayah desa ini berbatasan dengan desa-desa lain. Sebelah utara berbatasan dengan Jalan Desa Pakutandang, sebelah selatan berbatasan dengan jalan Desa Cikoneng, sebelah barat berbatasan dengan Kali Cirasea dan sebelah timur berbatasan dengan jalan Desa Biru/Tanjung Wangi. Topografi wilayah Desa Sagaracipta merupakan daerah dataran tinggi dengan ketinggian 700 meter diatas permukaan laut. Suhu udara rata-rata di desa ini yaitu 29°C. Banyaknya curah hujan rata-rata 250 mm/t dengan jumlah hari curah hujan yang terbanyak yaitu 22 hari.

Potensi sumber daya alam di Desa Sagaracipta banyak dimanfaatkan sebagai mata pencaharian oleh penduduknya untuk kegiatan pertanian, perikanan dan peternakan. Kegiatan pertanian yang banyak dilakukan oleh penduduk yaitu bersawah atau menanam padi. Sedangkan untuk perikanan, kegiatannya yaitu melakukan pembenihan terhadap ikan air tawar (ikan lele dumbo, ikan mas dan ikan nila). Untuk kegiatan peternakannya yaitu pemeliharaan ayam kampung, ayam ras, itik, domba, kerbau dan kuda.

Desa Sagaracipta memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak. Berdasarkan sensus yang dilakukan pada tahun 2005, jumlah penduduk Desa Sagaracipta adalah 7023 orang dengan 1807 kepala keluarga. Dari jumlah ini, penduduk yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 3593 orang, dan wanita sebanyak 3430 orang.

Letak Desa Sagaracipta mudah dijangkau dengan kendaraan bermotor. Jarak desa ini dari pusat pemerintahan Kecamatan yaitu 4 Km. Sedangkan jaraknya dari pusat ibu kota Kabupaten yaitu 27 Km. Alat transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat desa yaitu sepeda motor.

Karakteristik Responden. Responden yang diteliti terdiri dari dua segmentasi yaitu responden pembenih atau petani ikan dan responden bandar. Karakteristik identitas responden yang diteliti meliputi tingkat pendidikan, umur, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman pembenihan, status pekerjaan.

Tingkat Pendidikan. Jumlah lulusan SD yang merupakan lulusan terbanyak pada responden pembenih yaitu sebanyak 17 orang dengan presentase 37,78 %. Sedangkan untuk bandar yang terbanyak adalah lulusan SLTP sebanyak 3 orang dengan presentase 50 %. Menurut Mubyarto (1989), semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka kemampuan dan keterampilan dalam mengelola usahanya akan semakin baik.

Tabel 1. Tingkat Pendidikan Pembenih dan Bandar

No	Tingkat Pendidikan	Responden			
		Pembenih		Bandar	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Tidak Sekolah	2	4,44 %	-	-
2	SD	17	37,78 %	1	16,67 %
3	SLTP	11	24,45 %	3	50 %
4	SMU	10	22,22 %	2	33,33 %
5	PT	5	11,11 %	-	-
Jumlah		45	100%	6	100 %

Sumber : Data primer, 2006

Umur. Umur merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi produktivitas usaha pada suatu bidang. Semakin produktif usia seseorang maka semakin tinggi tingkat keberhasilan usahanya. Menurut Chandriyati (2000), umur 15 – 55 tahun merupakan usia produktif, sedangkan umur 1 – 14 tahun dan diatas 55 tahun adalah usia non produktif. Tabel berikut ini menyajikan data pada umur responden yang berada di lokasi penelitian.

Tabel 2. Umur Pembenih dan Bandar

No	Umur	Responden			
		Pembenih		Bandar	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	15 – 55 th	40	88,89 %	4	66,67 %
2	> 55 th	5	11,11 %	2	33,33 %
Jumlah		45	100 %	6	100 %

Sumber : Data primer, 2006

Dari tabel terlihat bahwa sebagian besar responden pembenih yang termasuk kelompok usia produktif yaitu sebesar 88,89 % dan hanya 11,11 % termasuk non produktif. Untuk responden bandar, yang termasuk usia

produktif yaitu 66,67 % dan yang non produktif 33,33 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pembenih dan bandar mempunyai keadaan fisik yang masih mendukung untuk pengembangan usahanya. Dengan demikian diharapkan dapat bekerja dengan baik dalam memperoleh keuntungan usahanya.

Jumlah Tanggungan Keluarga. Jumlah tanggungan keluarga merupakan salahsatu faktor yang menjadi penyebab kesungguhan seseorang melakukan proses usaha untuk memenuhi kebutuhan tanggungannya tersebut. Tabel berikut menunjukkan jumlah tanggungan keluarga responden di Desa Sagaracipta

Tabel 3. Jumlah Tanggungan Keluarga Pembenih dan Bandar

No	Jumlah tanggungan keluarga	Responden			
		Pembenih		Bandar	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
1	1 – 2 orang	4	8,89 %	-	-
2	3 – 4 orang	23	51,11 %	3	50 %
3	5 – 6 orang	15	33,33 %	3	50 %
4	7 – 8 orang	3	6,67 %	-	-
5	9 – 10 orang	-	-	-	-
6	> 10 orang	-	-	-	-
Jumlah		45	100 %	6	100 %

Sumber : Data primer, 2006

Dari tabel terlihat bahwa responden pembenih memiliki tanggungan keluarga yang bervariasi. Begitu pula halnya dengan responden bandar. Tanggungan keluarga yang dimiliki bisa menjadi semangat bagi pembenih dan bandar untuk lebih giat bekerja dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi pemenuhan kebutuhan tanggungannya tersebut.

Pengalaman Usaha. maju atau mundurnya suatu usaha ditentukan oleh berbagai faktor, salahsatunya adalah pengalaman. Semakin lama pengalaman seseorang, semakin banyak mengetahui seluk beluk dari suatu usaha yang dikelolanya. Pengalaman usaha dalam pembenihan dan pemasaran lele di Desa Sagaracipta oleh pembenih dan bandar disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Pengalaman Pembenih dan Bandar

No	Pengalaman Usaha	Responden			
		Pembenih		Bandar	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
1	< 10 tahun	35	77,78 %	4	66,67 %
2	11–20 tahun	10	22,22 %	2	33,33 %
3	> 21 tahun	-	-	-	-
Jumlah		45	100 %	6	100 %

Sumber : Data primer, 2006

Berdasarkan tabel, pengalaman usaha responden pembenih ikan sebagian besar < 10 tahun yaitu sebesar 77,78 %, sama dengan responden bandar < 10 tahun sebesar 66,67 %. Menurut Soeharjo dan Patong (1973), pengalaman yang lebih lama akan membuat seseorang dapat mempelajari kemungkinan yang akan terjadi dan lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan.

Status Pekerjaan. Status pekerjaan dapat mempengaruhi fokus seseorang dalam menggarap usahanya. Apabila

status pekerjaannya adalah pekerjaan pokok, maka ada sebuah optimalisasi dalam penggarapan usahanya, sedangkan bila statusnya pekerjaan sampingan maka penggarapan usahanya pun cenderung sesempatnya. Status pekerjaan responden pembenih dan bandar disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 5. Status Pekerjaan Pembenih dan Bandar

No	Status pekerjaan	Responden			
		Pembenih		Bandar	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
1	Pokok	35	77,78 %	6	100 %
2	Sampingan	10	22,22 %	-	-
Jumlah		45	100 %	6	100 %

Sumber : Data primer, 2006

Status pekerjaan responden baik pembenih maupun bandar yang terbanyak adalah pekerjaan pokok sehingga dengan tidak bekerja, responden tersebut tidak menghasilkan uang.

Fungsi Permintaan Benih lele dumbo. Analisis hubungan antara variable terikat yaitu permintaan ikan lele dumbo dan variabel bebas yaitu harga ikan lele dumbo dan pendapatan, dengan menggunakan program SPSS 12 pada tiap-tiap bandar adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Besarnya Nilai Koefisien Regresi Benih Ikan Lele Dumbo pada Tiap-Tiap Bandar

No	Responden	Nilai koefisien regresi benih lele dumbo (α_1)	MR (rupiah)
1	Bandar 1	-4,110	148575
2	Bandar 2	-1,924	187689
3	Bandar 3	-1,542	192051
4	Bandar 4	-1,206	214015
5	Bandar 5	-3,277	155314
6	Bandar 6	-1,923	189243

Sumber : Data primer (diolah), 2006

Berdasarkan analisis dengan menggunakan program SPSS 12 didapat nilai koefisien regresi (α_1) atau nilai elastisitas permintaan benih ikan lele dumbo pada semua bandar besarnya lebih dari 1 ($e>1$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua saluran pemasaran benih ikan lele dumbo yang ada di Desa Sagaracipta bersifat elastis. Nilai elastisitas permintaan didapat sesuai dengan kerangka acuan yaitu dengan memposisikan peran bandar sebagai pembeli (buyer) benih lele dumbo dari pembenih. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa semua bandar memiliki pemasaran yang tidak efisien. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap nilai Marginal Revenue (MR) dengan memposisikan peran bandar sebagai penjual (seller) benih lele dumbo ke konsumen. Dari analisis MR ini diketahui bahwa bandar ke-4 memiliki pemasaran yang paling efisien di dibandingkan bandar yang lain dengan besarnya nilai MR Rp 214.015,-. Hal ini sesuai dengan Anna (2006) yang menyatakan bahwa nilai Marginal Revenue (MR) dapat digunakan untuk melihat efisiensi dalam suatu pemasaran. Nilai MR yang paling besar menunjukkan yang paling efisien dibandingkan dengan yang lainnya karena Nilai MR yang paling besar berarti yang paling memberikan keuntungan bagi bandar.

Tanda negatif pada nilai koefisien regresi diatas menunjukkan bahwa setiap kenaikan Rp 1,- harga benih lele dumbo, akan menurunkan permintaan sebesar nilai koefisien regresi tersebut. Dengan kata lain semakin besar nilai koefisien regresi, semakin besar penurunan harga permintaan pada setiap kenaikan yang sama. Ini berarti bahwa semakin besar nilai koefisien regresi, semakin merugikan sehingga pemasaran menjadi semakin tidak efisien.

Secara umum kondisi pada tiap-tiap bandar yang ada hampir sama. Proses pengelolaan usaha yang dilakukannya masih secara sederhana. Belum ada sebuah manajemen yang terukur dan profesional dalam menjalankan aktivitas usahanya, misalkan perencanaan, evaluasi, pembukuan dan lain-lain. Hal yang paling berperan dalam proses usahanya adalah pengalaman. Diantara bandar yang ada, pengalaman terhadap usaha benih lele dumbo ini berkisar 8 - 16 tahun. Dengan pengalaman inilah mereka menjalankan usahanya.

Total Revenue dalam pemasaran benih ikan lele dumbo. Menurut Iswardono (1989), elastisitas suatu kurva permintaan mempunyai kaitan dengan besar kecilnya Total Revenue (TR). Besarnya nilai TR, berbanding lurus dengan nilai elastisitas (e). Bila nilai TR semakin meningkat maka nilai e akan semakin besar ($e > 1$), sebaliknya bila nilai TR semakin kecil maka nilai e akan semakin kecil ($e < 1$). Bila TR maksimal maka $e = 1$. Tabel berikut ini menggambarkan hubungan antara jumlah permintaan benih lele dumbo, harga beli benih lele dumbo, Total Revenue (TR) pada tiap-tiap bandar.

A. Bandar 1

Tabel 7. Hubungan Antara Jumlah Permintaan Benih Lele Dumbo (Y), Harga Beli Benih Lele Dumbo (X₁) dan Total Revenue (TR) pada Bandar 1

Range waktu (minggu ke)	Y (cangkir)	X ₁ (rupiah)	TR (rupiah)
I Juli	350	7000	3150000
II Juli	300	7000	2700000
III Juli	200	7500	1900000
IV Juli	150	8000	1500000
I Agustus	200	7500	1900000
II Agustus	200	7500	1900000
III Agustus	150	8000	1500000
IV Agustus	150	8000	1500000
I September	100	8500	1050000
II September	100	8500	1050000
III September	75	9000	825000
IV September	75	9000	825000

Sumber : Data primer (diolah), 2006

B. Bandar 2

Tabel 8. Hubungan Antara Jumlah Permintaan Benih Lele Dumbo (Y), Harga Beli Benih Lele Dumbo (X₁) dan Total Revenue (TR) pada Bandar 2

Range waktu (minggu ke)	Y (cangkir)	X ₁ (rupiah)	TR (rupiah)
I Juli	200	7000	1900000
II Juli	150	7000	1425000
III Juli	100	7500	1000000
IV Juli	100	8000	1050000
I Agustus	100	8000	1050000
II Agustus	150	7500	1500000
III Agustus	150	7500	1500000
IV Agustus	150	7500	1500000
I September	100	8000	1050000
II September	100	8000	1050000
III September	100	8500	1100000
IV September	75	9000	862500

Sumber : Data primer (diolah), 2006

C. Bandar 3

Tabel 9. Hubungan antara jumlah permintaan benih lele dumbo (Y), harga beli benih lele dumbo (X₁), dan Total Revenue (TR) pada bandar 3

Range waktu (minggu ke)	Y (cangkir)	X ₁ (rupiah)	TR (rupiah)
I Juli	200	7000	1800000
II Juli	200	7000	1800000
III Juli	100	7500	950000
IV Juli	100	7500	950000
I Agustus	150	7500	1425000
II Agustus	150	7500	1425000
III Agustus	150	7500	1425000
IV Agustus	100	7500	950000
I September	100	8000	1000000
II September	100	8000	1000000
III September	100	8500	1050000
IV September	75	9000	825000

Sumber : Data primer (diolah), 2006

D. Bandar 4

Tabel 10. Hubungan antara jumlah permintaan benih lele dumbo (Y), harga beli benih lele dumbo (X₁), dan Total Revenue (TR) pada bandar 4

Range waktu (minggu ke)	Y (cangkir)	X ₁ (rupiah)	TR (rupiah)
I Juli	200	7000	1800000
II Juli	150	7000	1350000
III Juli	150	7500	1425000
IV Juli	150	7500	1425000
I Agustus	150	7500	1425000
II Agustus	150	7500	1425000
III Agustus	150	7500	1425000
IV Agustus	100	8000	1000000
I September	100	8000	1000000
II September	100	8000	1000000
III September	75	8500	787500
IV September	75	9000	825000

Sumber : Data primer (diolah), 2006

E. Bandar 5

Tabel 11. Hubungan antara jumlah permintaan benih lele dumbo (Y), harga beli benih lele dumbo (X₁) dan Total Revenue (TR) pada Bandar 5

Range waktu (minggu ke)	Y (cangkir)	X ₁ (rupiah)	TR (rupiah)
I Juli	200	7000	1800000
II Juli	150	7500	1425000
III Juli	100	8000	1000000
IV Juli	100	8000	1000000
I Agustus	150	7500	1425000
II Agustus	150	7500	1425000
III Agustus	100	7500	950000
IV Agustus	150	8000	1500000
I September	100	8000	1000000
II September	100	8500	1050000
III September	75	8500	787500
IV September	50	9000	550000

Sumber : Data primer (diolah), 2006

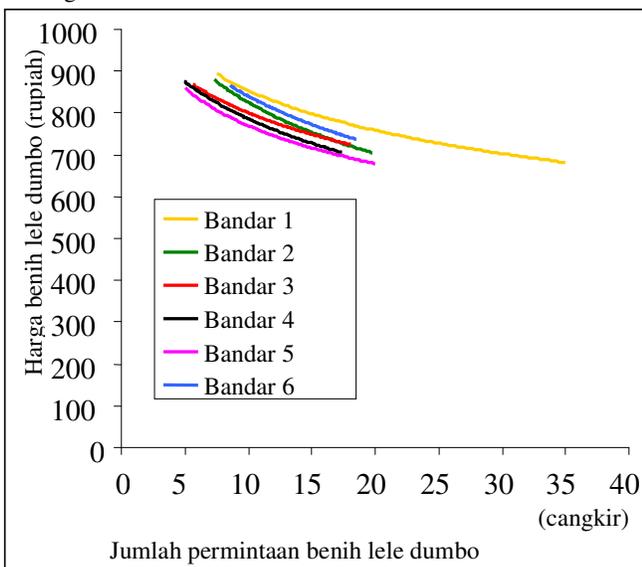
F. Bandar 6

Tabel 12. Hubungan antara jumlah permintaan benih lele dumbo (Y), harga beli benih lele dumbo (X₁) dan Total Revenue (TR) pada bandar 6

Range waktu (minggu ke)	Y (cangkir)	X ₁ (rupiah)	TR (rupiah)
I Juli	200	7000	1900000
II Juli	200	7000	1900000
III Juli	150	7500	1500000
IV Juli	100	8000	1050000
I Agustus	100	8000	1050000
II Agustus	150	7500	1500000
III Agustus	150	7500	1500000
IV Agustus	150	8000	1575000
I September	100	8000	1050000
II September	100	8500	1100000
III September	100	8500	1100000
IV September	100	9000	1150000

Sumber : Data primer (diolah), 2006

Secara keseluruhan kurva permintaan benih lele dumbo dari bandar 1 sampai bandar 6 dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kurva permintaan benih lele dumbo dari bandar 1 sampai bandar 6

Dari semua tabel terlihat bahwa jumlah permintaan bandar senantiasa fluktuasi pada setiap minggu walaupun perubahannya tidak terlalu signifikan. Perubahan jumlah permintaan ini senantiasa diikuti oleh perubahan harga. Nilai TR besar ketika jumlah permintaan banyak.

Pada gambar 1, kurva pada bandar 1 sampai semakin menaik dari kanan bawah menuju kiri atas. Kenaikan kurva ini terjadi seiring dengan harga yang semakin naik dan jumlah permintaan yang semakin menurun. Ini berarti bahwa nilai elastisitas naik atau $e > 1$. Dari analisis fungsi permintaan, besarnya nilai e pada semua diatas 1, dengan tanda minus (tanda minus menunjukkan terjadinya penurunan jumlah permintaan yang disebabkan oleh kenaikan harga). Bila nilai e semakin naik ($e > 1$), maka nilai TR pun akan semakin naik.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan di Desa Sagaracipta Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Berdasarkan pendekatan elastisitas permintaan diketahui bahwa pemasaran benih ikan lele dumbo dari pembenih ke bandar di Desa Sagaracipta bersifat tidak efisien bagi bandar sebagai konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai elastisitas permintaan yang lebih besar dari 1 ($e > 1$).
2. Diantara 6 responden bandar yang ada, bandar 4 memiliki pemasaran yang lebih efisien dibandingkan dengan yang lainnya. Hal ini disebabkan karena nilai Marginal Revenue (MR) pada bandar 4 adalah yang paling besar (Rp. 214.015,-). Ini berarti pemasaran pada bandar 4 lebih menguntungkan dibandingkan dengan bandar yang lainnya. Dapat dijelaskan lebih lanjut hal-hal yang menjadi penyebab efisiensi pada bandar 4 lebih besar dibandingkan dengan yang lainnya, diantaranya pendapatan yang diperoleh pada bandar 4 dalam tiap minggu relatif lebih stabil dibandingkan dengan yang lainnya. Selain itu usaha yang dilakukan oleh bandar 4 mampu meminimalisir pengeluaran untuk biaya usaha (biaya upah) karena usaha yang dilakukannya hanya melibatkan anggota keluarganya saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, Harun. 1993. Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala. Unpad, Bandung. 162 hlm.
- Anna, S. 2006. Buku Kuliah Pemodelan dan Simulasi Sumber Daya perikanan dan Kelautan. Program Pasca Sarjana Ekonomi Sumber daya Kelautan, Institut Pertanian Bogor
- Assauri, S. 2002. Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta. 406 hlm.
- Azizi, A., D. Sadili, S. Koeshendrajana dan O. Praseno. 2001. Analisis Sosial Ekonomi Budidaya dan Pemasaran Ikan Lele di Jawa Timur. Jurnal Penelitian Perikanan, 7 (3): 78-87.

- Chandriyanti, I., 2000. Penyerapan Tenaga Kerja Serta Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya Pada Usaha Tani Padi Sawah Pola Sensus dan Supra Insus. Tesis Program Pasca Sarjana Unpad, Bandung.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Jawa Barat. 2003. Buku Statistik Perikanan Budidaya Jawa Barat tahun 2003. Pemerintah Propinsi Jawa Barat, Dinas Perikanan, Jawa Barat. 420 hlm.
- Dinas Perikanan Propinsi Daerah I Jawa Barat. 1995. Teknik Pengangkutan dan Pemasaran Hasil Perikanan. Pemerintah Propinsi Jawa Barat, Dinas Perikanan Jawa Barat. 22 hlm.
- Gumbira, E.S dan A.H. Intan. 2004. Manajemen Agribisnis. Ghalia, Jakarta. 67 hlm.
- Gujarati, P. 1978. Ekonometrika Dasar. Erlangga, Jakarta. 263 hlm.
- Hanafiah, A. M. dan A. M. Saefuddin. 1983. Tataniaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press, Jakarta. 208 hlm.
- Iswardono, Drs.,M.A. 1989. Ekonomika Mikro. Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta. 246 hlm.
- Monografi Desa Sagaracipta, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung 2005.
- Santoso, S. 2000. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik. Elexmedia Komputindo, Jakarta. 328 hlm.
- Silalahi, U. 1999. Metode dan Metodologi Penelitian. Bina Budhaya, Bandung. 359 hlm.
- Soeharjo dan Patong. 1973. Sendi-Sendi Pokok Ilmu Usaha Tani. Departemen Ilmu-ilmu sosial ekonomi Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor.