

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia karena memiliki luas laut dan jumlah pulau yang besar. Panjang garis pantai Indonesia mencapai 104.000 km dengan luas wilayah laut mendominasi total luas territorial Indonesia sebesar 7,7 juta km². Potensi tersebut menempatkan Indonesia sebagai negara yang dikaruniai sumber daya kelautan yang besar termasuk kekayaan keanekaragaman hayati dan non hayati kelautan terbesar (KKP, 2011).

Garam merupakan komoditas penting yang digunakan pada berbagai sektor sehingga harga di suatu daerah relatif sama dengan daerah lain di Indonesia. Kebutuhan industri pangan maupun non pangan, konsumsi rumah tangga, sampai pakan membutuhkan garam. Pemasaran adalah salah satu penentu keberlangsungan usaha. Menurut Kotler dan Amstrong (1996) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Harga merupakan salah satu bagian penting dalam pemasaran karena harga menentukan besarnya sumber keuntungan produk apakah dari tingginya produk yang terjual atau menjual produk dengan harga tinggi sehingga laba tinggi namun penjualan yang sedikit. Dikutip dari Republika (2015), harga garam kualitas dua pada september 2015 hanya Rp 400,-, hal ini jauh dari harga patokan pemerintah yaitu Rp 550,-. Harga yang rendah ditingkat petani ini menimbulkan pertanyaan apakah terjadi permasalahan pemasaran garam petani lokal sehingga sulit meningkatkan harga ditingkat petani.

Dikutip dari CNN Indonesia (2015), data kementerian kelautan dan perikanan menunjukkan kebutuhan garam di Indonesia pada 2014 sebanyak 4,01 juta ton. Garam yang dibutuhkan tersebut meliputi garam konsumsi 2,96 juta ton dan garam industri 2,05 juta ton, untuk memenuhi kebutuhan tersebut Indonesia melakukan impor garam industri sebanyak 2,2 juta ton pada tahun

2014. Fenomena tersebut memprihatinkan mengingat Indonesia sebagai negara kepulauan, idealnya merupakan negara penghasil garam yang besar. Berdasarkan hukum permintaan ketika permintaan tinggi semestinya harga produk juga meningkat, namun hal tersebut tidak terjadi pada komoditas garam, sehingga penelitian mengenai kondisi pemasaran garam diperlukan untuk mengetahui permasalahan pemasaran yang terjadi.

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menghasilkan garam. Terdapat lima kabupaten penghasil garam di Jawa Tengah. Berikut adalah produksi industri kecil dan menengah (IKM) garam di Jawa Tengah:

Tabel 1. Produksi Garam Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013, 2014 dan 2015

Kabupaten	Produksi (ton)		
	2013	2014	2015
Pati	121.610	287.997	381.704
Rembang	107.121	141.943	218.491
Demak	20.027	105.587	130.118
Jepara	14.962	72.871	56.614
Brebes	14.418	25.461	53.630

Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2016

Tabel 1 menunjukkan bahwa penghasil garam tertinggi dari adalah Kabupaten Pati dengan produksi 381.704 ton pada 2015. Rembang adalah kabupaten penghasil garam terbesar kedua di Jawa Tengah yang menyumbangkan 218.491 ton pada 2015. Jumlah produksi tersebut membuat Kabupaten Rembang menjadi produsen garam utama di Jawa tengah selain Kabupaten Pati, sementara kabupaten lainnya termasuk dalam kabupaten produsen garam penyangga (KKP, 2012).

Kabupaten Rembang dipilih sebagai lokasi penelitian karena kabupaten ini adalah salah satu produsen utama garam di Jawa Tengah. Menurut (KKP, 2015) Kabupaten Rembang termasuk dalam daerah sentra penghasil garam dengan kualitas dan teknologi pergaraman yang baik di Indonesia. Kabupaten Rembang memiliki 14 Kecamatan dan terdapat 5 kecamatan penghasil garam. Hal ini dikarenakan 5 kecamatan tersebut berbatasan langsung dengan laut, yang dapat dilihat pada lampiran 15. Setiap

kecamatan di Kabupaten Rembang memiliki kapasitas produksi garam yang berbeda. Berikut ini banyaknya petani dan jumlah produksi garam di 5 kecamatan pengasil garam di Kabupaten Rembang.

Tabel 2. Banyaknya Petani dan Jumlah Produksi Garam di Kabupaten Rembang Tahun 2015

Kecamatan	Banyaknya Petani	Jumlah Produksi (Ton)
Kaliori	572	135.268
Lasem	202	53.314
Rembang	205	26.295
Sarang	83	3.528
Sluke	35	1.073
Total	1.097	219.478

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Rembang, 2016

Tabel 2 menjelaskan bahwa petani garam di Kabupaten Rembang sebanyak 1.097 petani. Jumlah produksi garam tertinggi di Kabupaten Rembang berasal dari Kecamatan Kaliori yaitu sebesar 135.268 ton pada tahun 2015. Kecamatan ini merupakan sentra produksi garam terbesar di Kabupaten Rembang dengan jumlah petani sebanyak 572 orang.

Fungsi pemasaran dilakukan oleh beberapa lembaga sehingga terdapat margin untuk biaya setiap fungsi yang diberikan dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran mengindikasikan semakin besar margin pemasaran yang muncul. Besarnya biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran mengakibatkan margin pada saluran pemasaran semakin besar. Suatu kegiatan pemasaran kurang efisien ketika margin pada suatu saluran pemasaran terlalu besar dan tidak merata.

Petani memiliki beberapa pilihan lembaga pemasaran sebagai tujuan penjualan garam yang menetapkan harga yang berbeda dengan konsekuensi tertentu. Hal ini dapat mempengaruhi penerimaan mereka, sehingga petani memilih suatu lembaga pemasaran tertentu. Berdasarkan sudut pandang harga, meningkatnya harga komoditas menyebabkan keuntungan dari penjualan di pasar meningkat sehingga kecenderungan petani untuk menjual hasil usaha taninya di pedagang lokal berkurang. Terdapat beberapa faktor

yang mempengaruhi keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran atau distribusi diantaranya adalah jarak dengan perkotaan, usia petani, dan harga komoditi (Yekani *et al.*, 2014). Timbulnya margin pada tiap rantai pemasaran membuat bagian petani atau *farmer share* yang diterima dari setiap rantai pemasaran berbeda-beda. Peningkatan harga di tingkat konsumen sering tidak ditransmisikan kepada petani atau produsen karena kurang efisiennya saluran pemasaran.

Pemasaran sebagai salah satu kegiatan ekonomi yang berpengaruh terhadap penerimaan petani perlu diperhatikan, salah satunya adalah dengan melihat efisiensi pemasaran. Penelitian ini dilakukan untuk melihat tingkat efisiensi saluran pemasaran garam di Kabupaten Rembang, sehingga dapat memberikan informasi bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi oleh penelitian selanjutnya mengenai pemasaran garam di Kabupaten Rembang. Harga garam yang rendah ditingkat petani, sementara Indonesia masih melakukan impor garam menjadi alasan penulis ingin mengetahui kondisi pemasaran garam di Kabupaten Rembang. Petani garam sebagai pelaku utama pergaraman nasional harus diperhatikan kesejahteraannya. Sistem pemasaran garam perlu diperbaiki untuk meningkatkan kesejahteraan petani, karenanya penelitian ini perlu dilakukan untuk melihat permasalahan-permasalahan yang ada dalam pemasaran garam lokal.

B. Rumusan Masalah

Pemasaran merupakan salah satu kunci dalam usaha pengadaan barang. Kegiatan pemasaran dapat menentukan bagaimana barang sampai kepada konsumen. Pemasaran juga dapat mempengaruhi pendapatan petani pada produk sektor pertanian. Pemasaran yang efisien memberikan penerimaan yang besar pada petani dan meminimalkan biaya pemasaran. Besarnya produkifitas dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan petani, namun jika pemasaran tidak berjalan dengan efisien harga jual di tingkat petani menjadi rendah sehingga keuntungan yang diterima petani tetap kecil. Pemasaran yang kurang efisien dapat disebabkan karena saluran

pemasaran yang terlalu panjang sehingga lembaga pemasaran yang turut mengambil keuntungan lebih banyak dan menimbulkan margin pemasaran lebih besar. Jalannya pemasaran sangat penting dalam menentukan pendapatan petani maupun pendapatan lembaga pemasaran lainnya.

Garam adalah salah satu produk pertanian yang memiliki sifat *bulkyness* atau memiliki nilai relatif rendah dibandingkan volumenya, sehingga membutuhkan biaya-biaya yang relatif besar untuk membawa barang sampai kepada konsumen sesuai dengan keinginan. Permasalahan yang dihadapi petani adalah petani harus menjual garam kepada suatu lembaga pemasaran karena petani tidak dapat menanggung biaya pemasaran sendiri. Skala produksi yang kecil dan akses menuju pasar atau konsumen di luar daerah juga tidak dimiliki petani. Masalah pemasaran perlu diperhatikan untuk melihat kontribusi dan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran maupun petani garam.

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran garam di Kabupaten Rembang?
2. Apa peran dan fungsi lembaga pemasaran pada saluran pemasaran garam di Kabupaten Rembang?
3. Berapa besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran setiap saluran pemasaran garam di Kabupaten Rembang?
4. Bagaimana efisiensi ekonomi saluran pemasaran garam di Kabupaten Rembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis saluran pemasaran garam di Kabupaten Rembang
2. Mengetahui peran dan fungsi lembaga pemasaran pada saluran pemasaran garam di Kabupaten Rembang.

3. Menganalisis besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran di setiap saluran pemasaran garam di Kabupaten Rembang.
4. Menganalisis efisiensi ekonomi pemasaran garam di Kabupaten Rembang.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan mengenai pemasaran garam di Kabupaten Rembang dan memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret..
2. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pemasaran garam.
3. Bagi petani garam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pemasaran garam sehingga dapat membantu pengambilan keputusan petani garam dalam hal pemasaran garamnya.
4. Bagi pemerintahan Kabupaten Rembang, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Dinas Kelautan dan Perikanan serta pemerintah pada umumnya untuk mengambil kebijakan dalam pergaraman yang mendukung petani garam.