



**STUDI PENELUSURAN DAN ANALISIS MARGIN TATANIAGA
IKAN SEGAR DI KABUPATEN MAROS**

SKRIPSI

FAULINA HR



UPT PERPUSTAKAAN HASANUDDIN	
Tgl. Terima	11-12-2006
Asal Dari	Fak Kelautan
Jumlah	1 (satu) ek
Isi	H
No. Urut	412/11-12-6
No. Klas	36721

**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
JURUSAN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2006**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Studi Penelusuran Dan Analisis Margin Tataniaga Ikan Segar Di Kabupaten Maros

Nama : Faulina HR

Stambuk : L 241 02 046

Skripsi Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Aris Baso, M.Si
NIP : 131 916 388

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Ali Musa Pasaribu, M.S
NIP : 510 025 434

Diketahui Oleh :



Pgs. Dekan
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan
Universitas Hasanuddin

Dr. Ir. Dody Dh. Trijuno, M.App.Sc
NIP : 131 846 404

Ketua Program Studi
Sosial Ekonomi Perikanan

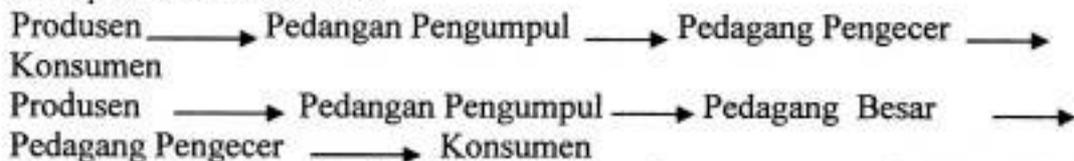


Dr. Ir. Mardiana E Fachry
NIP : 131 477 427

Tanggal Pengesahan :

ABSTRAK

FAULINA HR. Studi Penelusuran Dan Analisis Margin Tataniaga Ikan Segar Di Kabupaten Maros, di bawah bimbingan ARIS BASO sebagai pembimbing Utama dan ALI MUSA PASARIBU sebagai pembimbing anggota. Penelitian ini di Laksanakan Di Kabupaten Maros yang bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran, jumlah biaya dan margin tataniaga yang di dapatkan tiap lembaga dan juga untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi margin n tataniaga sedangkan kegunaanya adalah sebagai bahan informasi bagi pemerintah, petani tambak, pedagang/lembaga yang terlibat, sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kebijakan kegiatan tataniaga pada suatu daerah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Penelitian survey, pengambilan sampel di lakukan dengan metode cluster random sampling. Jumlah responden masing-masing yaitu untuk nelayan sebanyak 20 orang, pedagang pengumpul 10 orang, pedagang perantara 5 orang dan pedagang pengecer 41 orang. Keadaan umum responden rata-rata tingkat pendidikan SD 31,70 %, Tamat SLTP 9,76 % dan untuk tamatan SMA 7,31 %. Hasil analisis data menunjukkan bahwa saluran pemasaran untuk Ikan segar di Kabupaten Maros adalah :



Perolehan margin tertinggi diperoleh oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 770 / kg sedangkan faktor yang mempengaruhi besarnya margin yaitu volume produksi, harga rata-rata dan jarak pasar.

RIWAYAT HIDUP



Faulina HR Dilahirkan Di Ujung Pandang pada Tanggal 30 Juni 1982. Penulis adalah anak ke Tujuh dari tujuh bersaudara dari pasangan Ayahanda H. M. Rafied dan Ibunda Hj. Nurhayati. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 20 Barandasi Kabupaten Maros pada tahun 1995, Sekolah lanjutan Tingkat Pertama (SLTPN) 02 Maros pada tahun 1998, Sekolah Menengah Umum (SMUN) 02 Maros pada tahun 2001 dan selanjutnya diterima Di Universitas Hasanuddin pada Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Jurusan Perikanan Fakultas Ilmu kelautan dan Perikanan melalui Seleksi Penerimaan mahasiswa Baru (SPMB) pada Tahun 2002.

Selama tercatat sebagai mahasiswa, penulis pernah menjadi asisten pada mata kuliah Koperasi Perikanan. Organisasi kampus yang pernah diikuti antara lain pengurus Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Perikanan (HIMASEI).

KATA PENGANTAR



Puji dan sejuta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya bagi kita semua. Salawat dan taslim kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW sebagai Rasul yang memberikan tuntunan dari jalan gelap menuju jalan yang terang bederang seperti sekarang ini. Tak lupa salawat kepada para keluarga sahabat yang setia mengikuti ajaran yang dibawa Rasul Allah SWT

Sesungguhnya kata pertama yang harus penulis ucapkan adalah rasa syukur yang tak ada batasnya kepada Tuhanku Allah SWT sebab hanya dengan izinNya serta cinta kasihNya lah sehingga skripsi yang berjudul " Studi Penelusuran Dan Analisis Margin Tataniaga Ikan segar Di Kabupaten Maros " dapat terselesaikan dengan perjuangan yang keras serta semangat yang gigih untuk dapat mewngejar " cita " kerjasama ini.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyelesaian skripsi ini begitu banyak hambatan dan rintangan yang dialami. Namun berkat kerja keras dan dukungan serta motivasi dari berbagai pihak akhirnya semua dapat teratasi. Oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak ;

1. Bapak Dr. Ir Aris Baso, M Si dan Dr. Ali Musa Pasaribu. M Si selaku pembimbing penelitian atas segala petunjuk, nasehat, saran kepada penulis selama melakukan penelitian sampai dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Mardiana E. Fachry. M Si selaku ketua program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Staf dosen perikanan yang selalu menyediakan waktunya kepada penulis untuk memberi masukan dalam hal penyusunan skripsi.
3. Ayahanda yang selalu ku rindukan H. M Rafied Bahtiar (Alm) yang selama hidupnya telah memberikan dorongan dan kasih sayang kepada penulis dan Ibunda Hj. Nurhayati yang telah memberikan dorongan dan spiritnya kepada penulis baik dalam bentuk materil maupun moril. Skripsi ini merupakan salah satu bukti hasil kerja keras kalian selama ini semoga penulis di beri kesempatan untuk membalas semua kebaikan kalian
4. Terimah kasih penulis ucapkan kepada kakak-kakak ku yang telah memberikan dorongan dan semangat kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Walaupun kalian jauh tapi kalian tetap memberikan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman Sosek Perikanan 02 yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga besar Bapak A. Najazir, S. Sos atas bantuan dan dorongan yang di berikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini semoga Allah membalas kebaikan bapak sekeluarga.



Penulis menyadari bahwa kesederhanaan dan kekurangan dalam pembuatan skripsi ini begitu banyak dan masih jauh dari kesempurnaan. Maka dengan senang hati penulis akan menerima kritik dan saran bagi pembaca. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan yang berrarti bagi penulis sendiri, pembaca akademia serta seluruh masyarakat pada umumnya

Makassar Desember 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Hipotesis.....	3
1.4 Tujuan Dan Kegunaan.....	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perikanan.....	5
2.2 Tataniaga dan Fungsi Tataniaga.....	6
2.3 Lembaga Dan Saluran Tataniaga.....	9
2.4 Biaya Tataniaga.....	13
2.5 Margin Tataniaga.....	14
2.6 Keuntungan Tataniaga.....	16
2.7 Kerangka Pikir.....	16
2.8 Skema Kerangka Pikir.....	18

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	19
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	19
3.3 Metode Penelitian.....	19
3.4 Analisis Data	20
3.5 Sumber Data.....	21
3.6 Konsep Operasional	21

BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Letak Geografis Wilayah Administrasi.....	23
4.2 Keadaan Topografi Dan Ikim.....	25
4.3 Kependudukan	26
4.4 Penggunaan Lahan	30
4.5 Potensi Perikanan	31
4.6 Keadaa Umum Responden.....	36
4.6.1 Usia Responden.....	36
4.6.2 Tingkat Pendidikan Responden.....	37
4.6.3 Tanggungan Dan Ketersediaan Tenaga Kerja.....	39

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Lembaga Pemasaran Ikan Segar	41
5.1.1 Produsen.....	41
5.1.2 Pedagang Pengumpul	41
5.1.3 Pedagang Besar	42
5.1.4 Pedagang Pengecer.....	42
5.2 Lembaga Dan Saluran Tatanaga Ikan Segar	43
5.3 Proses Pemasaran Ikan Segar Di Kabupaten Maros	44
5.3.1 Pembelian Dan Penjualan Oleh Pedagang Pengumpul .	46
5.3.2 Pembelian Dan Penjualan Oleh Pedagang Pengecer	47
5.4 Harga Pemasaran.....	48
5.5 Analisis Biaya Dan Margin Tataniaga Ikan Segar	50
5.5.1 Biaya Tataniaga.....	50
5.5.2 Analisis Margin Tataniaga	51
5.5.3 Analisis Keuntungan Pemasaran.....	55
5.6 Faktor-Faktor Mempengaruhi Margin Tataniaga Ikan Segar .	56

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1.	Luas Wilayah Kabupaten Maros Menurut Kecamatan Dan Persentase Luas Kabupaten Maros 2005.....	24
2.	Jumlah Curah Hujan Pada Stasiun Meteorologi Hasanuddin Mandai 2005.....	25
3.	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Di Kabupaten Maros Di Kinci Per Kecamatan.....	27
4.	Banyaknya Penduduk Kabupaten Maros Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin.....	28
5.	Jumlah Penduduk, Luas Dan Kepadatan penduduk Perkilometer Persegi Dirinci Per Kecamatan di Kabupaten Maros.....	29
6.	Luas Lahan dan Penggunaannya di Kabupaten Maros	30
7.	Potensi Lahan Pengembangan Perikanan Kabupaten Maros	31
8.	Jumlah Perahu / Penangkap Ikan Laut Dan Darat Menurut Kecamatan Di Kabupaten Maros	32
9.	Jumlah Alat Penangkap Ikan Laut Dan Darat Menurut Kecamatan.....	33
10.	Luas Dan Produksi Ikan Tambak Menurut Kecamatan.....	34
11.	Jumlah Produksi Perikanan Menurut Kecamatan	35
12.	Kisaran Usia Responden Di Pelelangan Ikan Kecamatan Libuang Dan Pasar-Pasar Di Kabupaten Maros.....	36
13.	Tingkat Pendidikan Responden	38
14.	Jumlah Tanggungan Keluarga Produsen, Pedagang Pengumpul Dan Pedagang Pengecer Ikan Segar Yang Ada Di Kabupaten Maros.....	39

15.	Harga Pemasaran Ikan Segar Pada Tiap Lembaga Tataniaga Saluran Pertama	48
16.	Harga Pemasaran Ikan Segar Pada Tiap Lembaga Tataniaga Saluran Kedua	49
17.	Biaya Rata-rata Yang Dikeluarkan Masing-Masing Lembaga Tataniaga	50
18.	Margin Mutlak Pemasaran Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Pengumpul.....	52
19.	Margin Mutlak Pemasaran Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Besar.....	52
20.	Margin Mutlak Pemasaran Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Pengecer	53
21.	Mrgin Mutlak Yang Diterima Masing-masing Lembaga Pemasaran Ikan Segar Di Kabupaten Maros	54
22.	Tingkat Keuntungan Lembaga Pemasaran Ikan Segar Kabupaten Maros.....	55
23.	Persentase Antara Biaya yang Dikeluarkan Dengan Keuntungan Masing-masing Lembaga Tataniaga	56
24.	Hasil Analisa Pengaruh Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Tak Bebas.....	57
25.	Analisis Sidik Ragam Pengaruh Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Tak Bebas	58
26.	Analisis Pengaruh Masing-Masing Variabel X Terhadap Variabel Y	58

DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
1.	Skema Kerangka Pikir.....	18
2.	Saluran Tataniaga Ikan Segar Di Kbaupaten Maros.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

- | No | Teks |
|-----|---|
| 1 | Identitas Responden Lemabaga Pemasaran Ikan Segar Di Kabupaten Maros |
| 2. | Hasil Perhitungan Biaya Yang Dikeluarkan Oleh Setiap Lembaga Pemasaran Ikan Segar Yang Ada Di Kabupaten Maros |
| 3. | Regresi Rata-rata Margin Tataniaga Ikan Segar |
| 4. | Rata-Rata Margin Dari Tiap Lembaga Tataniaga Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer |
| 5. | Harga Pemasaran Ikan Segar Pada Tiap Lembaga Taniaga Saluran Pertama. |
| 6. | Harga Pemasaran Ikan Segar Pada Tiap Lembaga Taniaga Saluran Kedua |
| 7. | Margin Mutlak Pmasaran Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Pengumpul |
| 8. | Margin Mutlak Pmasaran Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Besar |
| 9. | Margin Mutlak Pmasaran Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Pengecer |
| 10. | Margin Mutlak Yang diterima Masing-Masing Lembaga Pemasaran Ikan Segar Di Kabupaten Maros 2006 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan sub sektor perikanan merupakan bagian dari pembangunan ekonomi. Oleh karena itu diperlukan berbagai upaya untuk mengembangkannya di seluruh daerah dengan potensi masing-masing daerah. Dalam upaya meningkatkan pembangunan daerah pendapatan masyarakat dan peningkatan kesempatan kerja maka sumber-sumber atau atau potensi ekonomi daerah perlu ditingkatkan.

Salah satu daerah yang mempunyai potensi perikanan yang cukup besar di Sulawesi Selatan adalah Kabupaten Maros daerah ini memiliki luas wilayah $\pm 1,619$ km² dengan panjang garis pantai 31 km. Jumlah kepala keluarga nelayan sebanyak 253 atau 561 jiwa potensi perikanan tangkap yang dikelola ± 18.000 ha dengan produksi pada tahun 2004 sebesar 11.146.340 ton.

Melihat luas areal daerah pantai sebagai potensi sumberdaya yang dapat dimanfaatkan para nelayan maka diharapkan para nelayan memperoleh hasil atau pendapatan yang cukup seperti halnya masyarakat bukan nelayan, seperti pedagang ikan/ pengumpul ikan sebagai mata pencaharian.. Oleh karena itu dengan berkembangnya maka diharapkan akan dapat pula meningkatkan taraf hidup para nelayan.

Berkembangnya usaha perikanan dan efektifnya mata rantai tataniaga jelas akan memberikan kemungkinan digunakannya perluasan dan peningkatan usaha perikanan sehingga akan terbuka lapangan kerja bagi masyarakat terutama di pesisir kepulauan baik dalam bentuk usaha budidaya maupun penangkapan ikan untuk meningkatkan produksi hasil perikanan.

Usaha untuk pembinaan upaya nelayan dan potensi ikan ke arah peningkatan taraf hidup dan pendapatannya maka tidak saja berorientasi pada peningkatan produksi yang meliputi aspek kualitas dan kuantitas saja akan tetapi yang tidak kalah pentingnya pula adalah aspek pemasarannya yang diharapkan untuk mendapatkan nilai tambah dari hasil penjualan atau produksi yang telah diproduksinya.

Lembaga tataniaga akan berusaha untuk memperoleh balas jasa atau keuntungan sebagai jasa atau ketertiban mereka dalam proses tataniaga maka banyak lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses tataniaga ikan, makin besar pula biaya tataniaga dan margin tataniaga tersebut. Namun besar kecilnya tataniaga ini merupakan jaminan untuk efesiensinya suatu sistem pemasaran demikian pula sebaliknya.

Masalah di bidang pemasaran dalam arti luas informasi pasar tidak segera tiba kepada masyarakat umumnya para nelayan dan masyarakat yang erat hubungannya dengan usaha-usaha di bidang perikanan dan agar mengetahui situasi pemasaran secara luas dengan cepat dan tepat baik yang ada di dalam daerah maupun keluardaerah tersebut produksi perikanan umumnya di konsumsi segar.

Maka sehubungan dengan hal tersebut penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “Studi Penelusuran Analisis Margin Tataniaga Ikan Segar di Kabupaten Maros

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk saluran tataniaga ikan segar yang ada di Kabupaten Maros.
2. Berapa besar margin tataniaga dan keuntungan dari setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam saluran tataniaga ikan segar di Kabupaten Maros.
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi besarnya tataniaga ikan segar.

1.3 Hipotesis

Adapun hipotesis dari dilaksanakannya penelitian ini yaitu:

1. Saluran tata niaga ikan segar yang ada di Kabupaten Maros adalah produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer.
2. Besarnya margin yang di terima oleh pedagang berbeda-beda dipengaruhi oleh tingkat kelembagaan pemasaran yang ada.
3. Faktor yang mempengaruhi besarnya margin tataniaga ikan segar antara lain volume produksi, harga rata-rata dan jarak pasar.

1.4 Tujuan dan Kegunaan

Pada dasarnya tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui saluran tataniaga ikan segar di Kabupaten Maros.

- b. Untuk mengetahui besar margin yang diterima setiap lembaga yang terlibat pada tataniaga ikan segar di Kabupaten Maros.
- c. Faktor-faktor variabel apa saja yang mempengaruhi margin tataniaga.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan

antara lain:

1. Sebagai bahan informasi bagi pemerintah, petani tambak, pedagang/lembaga yang terlibat serta pihak-pihak yang berkepentingan.
2. Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kebijakan kegiatan tataniaga pada suatu daerah.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perikanan

Perikanan merupakan sub sektor penting yaitu sebagai sumber pendapatan dan kesempatan kerja serta menarik perhatian dalam hal efisiensi dan produksi. Efisiensi dikaitkan dengan jumlah persediaan ikan yang tersisa terancam punah dan masalah distribusi dikaitkan dengan siapa yang memperoleh manfaat (Suparmoko, 1990).

Menurut Hadiwijoto (1993) ikan pada umumnya lebih banyak dikenal dari pada hasil perikanan lainnya karena jenis tersebut paling banyak ditangkap dan dikonsumsi. Jenis hewan ini termasuk hewan vertebrata dan cirinya yang khas adalah hidupnya di airdan pada umumnya bernapas dengan menggunakan insangnya.

Nontji (2001) menyatakan pemanfaatan sumberdaya laut untuk perikanan merupakan hal yang sangat penting sebagai sumber pangan dan komoditi perdagangan perikanan disini dimaksud dalam arti yang luas mencakup penangkapan dan pembudidayaan ikan, kerang, udang dan sebagainya.

Daerah-daerah pantai di Indonesia mempunyai persediaan ikan yang banyak dan industri perikanan yang sangat penting. Diperkirakan bahwa 67 % protein hewani yang dikonsumsi oleh masyarakat berasal dari ikan selanjutnya dikatakan bahwa pendapatan devisa Negara dari sub sektor perikanan juga mengesankan

dikatakan pula bahwa produksi perikanan yang berasal dari laut akan menjadi begitu penting dimasa yang akan datang (Hutabarat dan Evans, 1985).

Pergerakan hasil perikanan berupa bahan makanan dari produsen ke konsumen pada umumnya meliputi proses-proses pengangkutan, penyimpanan, dan penyebaran dimana proses pengumpulan merupakan yang terpenting (Hanafiah dan Saefuddin, 1986). Lanjut dikatakan bahwa jumlah dan kualitas hasil perikanan dapat berubah-ubah dari tahun ke tahun. Ada tahun-tahun dengan jumlah dan kualitas hasil perikanan merosot karena sangat tergantung pada keadaan cuaca dalam tahun bersangkutan perubahan dalam jumlah timbulnya fluktuasi harga sebagai akibat dari perubahan jumlah sisi penawaran.

2.2 Tataniaga dan Fungsi Tataniaga

Beberapa ahli telah mengemukakan definisi tentang tataniaga dan fungsi tataniaga yang kelihatannya agak berbeda meskipun sebenarnya sama. Perbedaan ini disebabkan karena mereka meninjau tataniaga dari segi fungsi, segi barangnya, segi kelembagaan, segi manajemen dan ada pula yang menitikberatkan pada semua segi sebagai suatu sistem.

Beberapa diantara para ahli tersebut adalah Kotler (2000) memberikan definisi tataniaga adalah sebagai berikut 'Tataniaga pada prinsipnya yaitu semua kegiatan yang menyebabkan produsen dan konsumen saling melakukan transaksi sehingga perpindahan kepemilikan suatu barang dan jasa dari tangan produsen ke konsumen dengan didasarkan pada konsep kebutuhan nilai dan kepuasan'.

Sedangkan menurut Soekartawi (1993) pengertian tataniaga adalah sebagai berikut "Tataniaga adalah bagaimana mengantarkan barang atau produk yang di hasilkan produsen sampai pada tangan konsumen pada posisi yang sama-sama tidak dirugikan baik karena situasi dan kondisi yang berbeda apakah kondisi politik, ekonomi dan sosial sehingga diperlukan oleh pengusaha adalah bagaimana menciptakan tataniaga yang efektif".

Dewney dan Ericson (1992) berpendapat mengenai tataniaga adalah sebagai berikut "Tataniaga adalah sebagai proses yang mengakibatkan aliran produk yang melalui sistem dari produsen ke konsumen. Dan secara khusus lagi dikaitkan bahwa tataniaga merupakan aliran produk secara fisik dan ekonomis dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen".

Pengertian tataniaga juga dikemukakan oleh Gitosodarmo (1994) ia menyatakan bahwa "Tataniaga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengemukakan agar produk yang di pasarkan dapat diterima dan disenangi pasar".

Selanjutnya Swastha (1991) juga berpendapat bahwa "Tataniaga adalah sistem keseluruhan dan kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan tataniaga termasuk keputusan tataniaga yang cukup kritis karena jalur yang dipilih untuk suatu barang produksi langsung mempengaruhi keputusan dalam bidang tataniaga, keputusan-keputusan manajemen harga ditentukan oleh apakah produsen hendak menggunakan jasa-jasa atau berhubungan langsung dengan pengecer atau pedagang besar.

Selanjutnya dikaitkan pula bahwa tataniaga mencakup kegiatan:

- 1). Memperbaiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen.
- 2). Merencanakan dan mengembangkan sebuah produk atau jasa yang akan memenuhi keinginan tersebut.
- 3). Menentukan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut.

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1996) bahwa istilah tataniaga berasal dari perkataan marketing "Tataniaga atau adalah kegiatan yang berkaitan dan bertalian dengan penciptaan dan penambahan kegiatan daripada barang dan jasa maka tataniaga merupakan tindakan atau usaha yang produktif".

Oleh karena itu dalam melakukan tindakan tataniaga Swastha (1999) berpendapat bahwa tanggung jawab bagian tataniaga yang mencakup ruang lingkup yang luas termasuk fungsi tataniaga yakni: fungsi pertukaran yang meliputi pembelian, penjualan dan pengambilan resiko, fungsi penjualan fisik sebagai pengumpulan, penyimpanan, pemilihan dan pengangkutan, fungsi penunjang meliputi pelayanan sesudah pembelian, penyebaran informasi dan koordinasi saluran.

Downey dan Ericson (1991) menyatakan fungsi-fungsi tersebut fungsi pertukaran melibatkan kegiatan yang menyangkut pengalihan pemilihan dalam sistem tataniaga. Pengangkutan merupakan sarana ekonomi yang berguna untuk memudahkan permodalan hasil dari lokasi usaha tani ke lokasi usaha konsumen. Penyimpanan menyangkut, penanganan penyimpanan produk dimana fungsi ini menambah kegunaan waktu terhadap produk dan sangat penting dalam memenuhi

permintaan konsumen atau memenuhi kegunaan bentuk. Pembelian atau penyediaan sarana adalah kegiatan yang menolong sistem pasar yang efisien.

2.3 Lembaga dan Saluran Tataniaga

Dalam rangka memperlancar kegiatan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen maka salah satu faktor penting yang harus diperhatikan adalah memilih secara tepat saluran tataniaga yang akan digunakan. Saluran ini dapat berupa lembaga usaha yang mempunyai kepentingan dengan produk yang akan disalurkan. Pemilihan saluran tataniaga termasuk keputusan tataniaga yang cukup kritis karena saluran yang dipilih untuk suatu barang produksi langsung mempengaruhi keputusan dalam bidang tataniaga. Keputusan-keputusan mengenai harga ditentukan oleh apakah produsen hendak menggunakan jasa-jasa atau berhubungan langsung dengan pengecer atau pedagang besar.

Tataniaga barang dari produsen ke konsumen merupakan jasa-jasa lembaga yang terlibat didalamnya. Dengan demikian lembaga tataniaga merupakan badan-badan perantara dalam menyalurkan barang-barang yang diperdagangkan.

Definisi lembaga tataniaga menurut Hanafiah dan Saefuddin (1996) bahwa "Lembaga tataniaga adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi tataniaga dengan mana barang-barang penggerak dari produsen ke konsumen, istilah lembaga tataniaga ini termasuk golongan produsen dan lembaga pemberi jasa".

Soekartawi (1993) menyatakan bahwa produsen tidak dapat bekerja sendiri dengan memasarkan produknya maka mereka memerlukan pihak lain atau lembaga pemasaran yang lain untuk membantu memasarkan produk yang dihasilkan. Dengan

demikian yang lain untuk membantu memasarkan produk yang dihasilkan. Dengan demikian muncul istilah pedagang pengumpul, pedagang perantara, pedagang pengecer dan sebagainya karena masing-masing lembaga tataniaga ini ingin mendapatkan keuntungan maka harga yang dibayarkan lembaga tataniaga juga berbeda. Pada prinsipnya peranan lembaga tataniaga menentukan bentuk saluran tataniaga. Lembaga tataniaga ini pada akhirnya juga melakukan kegiatan, fungsi tataniaga masing-masing lembaga tataniaga sesuai dengan kemampuan pembiayaan yang dimiliki akan melakukan fungsi tataniaga secara berbeda-beda.

Selanjutnya Soekartawi (1993) berpendapat bahwa saluran tataniaga dapat berbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit sekali. Hal demikian tergantung dari macam komoditi lembaga tataniaga dan sistem pasar. Sistem pasar yang monopoli mempunyai saluran tataniaga yang relatif sederhana di bandingkan dengan sistem pasar yang lain. Komoditi perikanan yang lebih cepat ke tangan konsumen dan tidak mempunyai nilai ekonomi yang tinggi biasanya mempunyai saluran yang relatif sederhana.

Definisi saluran tataniaga menurut Swastha (1991) bahwa "Saluran tataniaga merupakan sekelompok lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan".

Selanjutnya dikaitkan pula bahwa saluran melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan yaitu mengadakan penggolongan produk dan mendistribusikan. Penggolongan produk menunjukkan jumlah dari berbagai keperluan produk yang dapat memberikan kegiatan kepada pasar.

Sedangkan definisi saluran tataniaga menurut Assauri (1991) “ Saluran tataniaga adalah lembaga-lembaga yang memasarkan produk yang berupa barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen”.

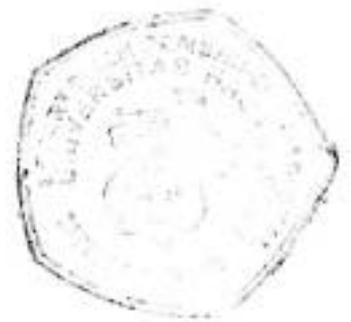
Dalam menentukan pilihan di dalam saluran tataniaga yang tersedia perlu dicari yang paling efektif untuk dapat membina dan mendekati para pembeli sehingga produk-produk dapat sampai kepada konsumen dengan efektif.

Kotler (1993) menyatakan bahwa sebuah saluran tataniaga melakukan kerja dengan memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang, jasa dari yang menggunakannya.

Menurut Rasyaf (1996) bahwa saluran tataniaga dimulai sejak hasil dikeluarkan dari produsen hingga diterima konsumen akhir. Untuk kegiatan ini pihak lain dilibatkan baik berupa perorangan dan dapat pula lembaga.

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1996) bahwa saluran tataniaga produk perikanan sebagai bahan makanan sebaiknya pendek, mengingat produk tersebut yang sifatnya mudah rusak. Panjang pendeknya saluran tataniaga yang di lalui oleh suatu hasil perikanan tergantung oleh beberapa faktor:

1. Jarak antara produsen ke konsumen.
2. Cepat tidaknya produk rusak
3. Skala produksi.
4. Posisi keuangan pengusaha.



Menurut Mubiarto (1989) dalam (Pasaribu A, dkk, 2002) saluran tataniaga yang efisien yaitu apabila memenuhi dua syarat yaitu :

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya.
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan biaya yang dibayar konsumen terakhir pada semua pihak anggota ikut didalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut.

Selanjutnya dinyatakan pula oleh Boyd (2000) bahwa dalam pengaliran barang mulai dari produsen ke konsumen terdapat kegiatan-kegiatan pengumpulan, penyimpanan dan penimbangan. Proses pengumpulan tahap dalam pengaliran barang. Proses pengimbangan merupakan tindakan penyesuaian permintaan dan penawaran berdasarkan tempat, waktu dan kualitas. Sedang proses penyebaran merupakan tahap akhir dalam pengaliran barang dengan barang terkumpul tersebar ke konsumen yang membutuhkannya.

Orang perusahaan atau lembaga yang secara langsung terlibat dalam pengaliran barang dari produsen ke konsumen disebut lembaga tataniaga antara lain seperti pedagang pengumpul, pedagang pengecer, perusahaan pengangkutan dan perusahaan gudang (Kadir, 1993).

Dikatakan pula bahwa pembagian lembaga tataniaga berdasarkan tahap-tahap dalam proses tataniaga dapat dibedakan sebagai berikut;

1. Pedagang Pengumpul.
2. Pedagang Penerima.

3. Pedagang Pengecer.
4. Makelar.
5. Komisioner.
6. Pelelang.
7. Peddler.

Swastha (1999) menyatakan bahwa lembaga pemasaran adalah lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang didagangkan.

2.4 Biaya Tataniaga

Definisi biaya tataniaga menurut Hanafiah dan Saefuddin (1996) adalah sebagai berikut "Biaya tataniaga adalah jumlah pengeluaran untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksinya dan jumlah pengeluaran oleh lembaga tataniaga (badan perantara) dan laba (profit) yang diterima oleh badan yang bersangkutan".

Sedangkan menurut Soekartawi (1993) bahwa biaya tataniaga dapat diartikan sebagai berikut "Biaya tataniaga adalah biaya yang dikeluarkan oleh keperluan tataniaga. Biaya tataniaga meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, pungutan retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya tataniaga ini berbeda satu sama lain karena macam komoditi, lokasi tataniaga, macam lembaga tataniaga dan efektifitas tataniaga yang dilakukan".

Besarnya biaya tataniaga berbeda satu sama lainnya ini disebabkan oleh banyak faktor. Menurut Downey dan Ericson (1992) bahwa pada dasarnya ada 4 karakteristik utama produk ikut mempengaruhi keanekaragaman bagian pengusaha tani yaitu: kadar kerusakan, besarnya produk sifat musiman, perbedaan bentuk antara produk mentah dan produk aktif.

Selanjutnya menurut Kotler (1997) bahwa "Biaya tataniaga merupakan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga untuk melaksanakan berbagai fungsi tataniaga. Biaya tataniaga ini akan berpengaruh terhadap margin keuntungan yang akan diterima oleh lembaga tataniaga yang terlihat dalam proses komoditi tersebut.

2.5 Margin Tataniaga

Perbedaan harga pada suatu tingkat pelaku tataniaga dalam suatu lembaga tataniaga merupakan margin yang diterima oleh pelaku tataniaga tersebut.

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1996) bahwa "Margin adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir". Selanjutnya dinyatakan bahwa saluran tataniaga yang panjang biasanya memperbesar margin tataniaga menjadi beban konsumen.

Swastha (1991) menyatakan bahwa "Margin merupakan suatu imbalan harga atas suatu hasil kerja". Apabila dengan sebagai pembiayaan atas jasa-jasa margin menjadi elemen yang penting dalam strategi penyaluran sehingga margin didefinisikan sebagai perbedaan antara harga beli dan harga jual.

Kotler (2000) menyatakan bahwa margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan yang dibayar konsumen. Jika penyaluran barang melalui banyak lembaga maka margin pemasaran merupakan jumlah margin-margin di antara lembaga-lembaga yang terlibat misalnya antara pedagang pengumpul dengan pedagang penerima serta antara pedagang penyalur dengan pedagang pengecer. Jadi margin pemasaran adalah total dari tingkat lembaga pemasaran.

Stanton dan Firman (2002) menyatakan bahwa margin merupakan suatu imbalan atau harga atau suatu hasil kerja. Apabila ditinjau sebagai pembayaran atas jasa-jasa margin menjadi elemen penting dalam strategi penyaluran sehingga margin didefinisikan sebagai perbedaan harga beli dengan harga jual.

Ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap margin tataniaga antara lain sebagai berikut:

1. Biaya Tataniaga

Biaya tataniaga adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga. Untuk melaksanakan berbagai fungsi tataniaga. Biaya tataniaga ini akan berpengaruh terhadap margin keuntungan yang akan diterima oleh lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses tataniaga komoditi tersebut.

2. Keuntungan Lembaga Tataniaga

Keuntungan lembaga tataniaga seringkali dikatakan sebagai unsur utama yang menyebabkan tingginya margin tataniaga yaitu sebagai akibat terlalu banyak dan tidak efisiennya pedagang-pedagang di dalam saluran tataniaga (Kotler, 1997).

Menurut Downey dan Ericson (1992) bahwa margin tataniaga adalah perbedaan hasil penjualan produk pada dua tahapan yang berurutan dalam saluran tataniaga produk yang bersangkutan.

2.6 Keuntungan Tataniaga

Menurut Soekartawi (1993) bahwa selisih harga yang dibayarkan ke produsen dengan harga yang diberikan oleh konsumen disebut "Keuntungan Tataniaga" atau marketing margin jarak yang mengantarkan produksi perikanan dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya besarnya keuntungan tataniaga.

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1996) bahwa keuntungan tataniaga yang merupakan bagian dari margin tataniaga ditentukan oleh beberapa faktor antara lain:

- a). Harga modal dan barang.
- b). Sifat barang yang diperdagangkan.
- c). Laba yang diperhitungkan sebagai cadangan penanggungan resiko.

2.7 Kerangka Pikir

Untuk meningkatkan nilai produksi ikan segar maka harus melibatkan saluran distribusi pemasaran, sumberdaya sarana peninjang dan biaya sehingga mampu menambah margin pemasaran. Namun upaya tersebut belum sepenuhnya tercapai secara optimal, hal ini disebabkan sifat produk perikanan yang tidak dapat bertahan lama atau mudah membusuk (Perishable). Oleh karena itu produk hasil perikanan tidak dapat bertahan lebih lama dan segera harus dijual. Sifat tersebut sering mengakibatkan harga produk perikanan menurun pada musim penangkapan, untuk menghindari terjadinya kerugian maka dilakukan penyimpanan hasil tangkapan atau

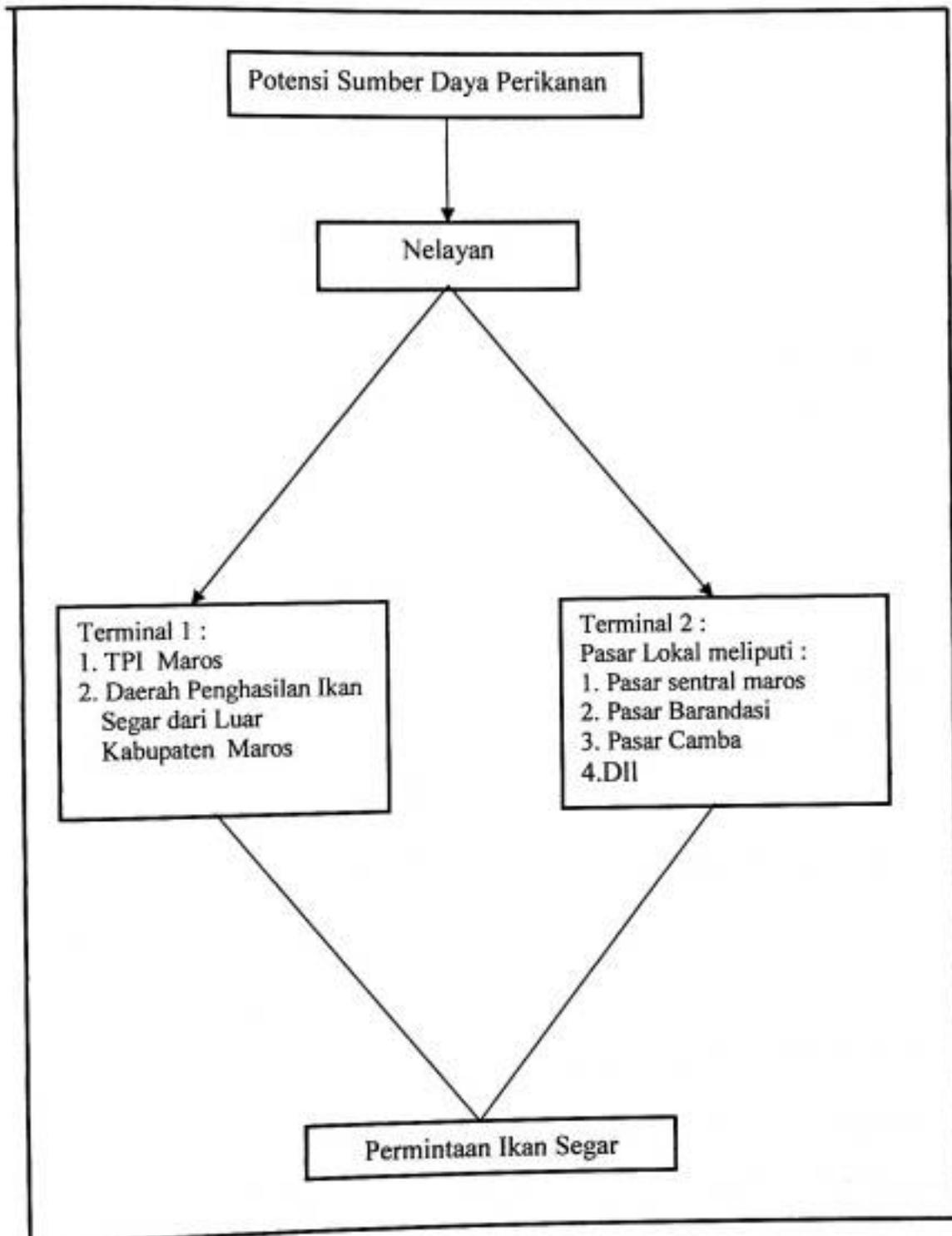


pengawetan sementara. Penyimpanan hasil tangkapan ini dapat dilakukan dengan perlakuan pemberian es pada ikan atau penyimpanan pada ruangan yang dingin (Freezer), coldstorage (peti es) dan lain-lain. Tindakan tersebut mengharuskan produsen dan perantara pemasaran mengeluarkan dana penanganan diluar biaya operasional penangkapan, dengan adanya penanganan tersebut maka harga ikan yang akan dijual bertambah tinggi.

Mengingat pentingnya usaha perikanan ini sebagai upaya dalam meningkatkan usaha penangkapan ikan, maka dapat memotifasi keinginan untuk mengkaji lebih jauh tentang sejauh mana masalah yang dihadapi oleh nelayan akah telah mampu mengoptimalkan potensi usahanya atau tidak.

Selain itu, untuk mengetahui bagaimana peningkatan saha penangkapan ikan, distribusi pemasaran produk perikanan, untuk mengetahui besarnya biaya dan margin pemasaran yang diperoleh oleh produsen dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat serta diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang berguna bagi proses pemasaran ikan segar khususnya di Kabupaten Maros.

2.8 Skema Kerangka Pikir Penelitian



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini di laksanakan selama dua bulan yaitu pada bulan Juli sampai pada bulan Agustus 2006 di Kabupaten Maros yang mana pada daerah tersebut jalur tataniaga ikan segar jelas dan sebagian besar hasil perikanannya dikonsumsi segar.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan secara cluster random sampling dengan mengelompokkan responden dalam kelompok produsen (petani tambak dan nelayan), pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dengan jumlah produsen sebanyak 10 % dari jumlah nelayan 200 orang, pedagang pengumpul 100 orang dan pedagang pengecer 441 orang dengan 20 orang produsen, pedagang pengumpul 10 orang dan pedagang pengecer 41 orang.

3.3 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan adalah dengan metode penelitian survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan bantuan kusioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Singaribun M, 1989) kemudian di lakukan analisis baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif.

3.4 Analisis Data

Data yang dianalisis dengan cara:

1. Analisis margin tataniaga tiap lembaga menggunakan rumus:

$$Mn = Hp - Hb \text{ (Winardi, 1993)}$$

dimana:

Mn = Margin pemasaran untuk tiap lembaga.

Hp = Harga penjualan untuk tiap lembaga

Hb = Harga pembelian untuk tiap lembaga

2. Faktor yang mempengaruhi besarnya margin tataniaga diuji dengan menggunakan model regresi linear berganda (Supranto, 1994).

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

dimana:

Y = Margin tataniaga ikan segar

b_0 = Intercept

X_1 = Volume produksi yang dipasarkan ditingkat pedagang pengumpul (kg)

X_2 = Harga ditingkat pedagang (Rp/kg)

X_3 = Jarak daerah Pemasaran

b_1 = Koefisien variabel

ϵ = Tingkat kesalahan

3.5 Sumber Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dilapangan melalui observasi dan wawancara (menggunakan kuisisioner) dengan responden.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari kantor instansi terkait.

3.6 Konsep Operasional

Batasan-batasan pengertian yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Margin adalah selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dari harga penjualan produsen (berdasarkan Rp/kg).
- b. Tataniaga merupakan kegiatan proses pemidahan ikan sgar dari produsen ke konsumen akhir dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia.
- c. Produsen adalah nelayan yang melakukan aktivitas penangkapan ikan di laut.
- d. Lembaga pemasaran adalah individu atau badan usaha yang terlibat dalam pemasaran ikan dari produsen sampai ke konsumen.
- e. Pedagang pengumpul adalah mereka yang aktif membeli ikan dari pedagang pengumpul lalu membawa ke tempat pendaratan ikan.
- f. Pedagang Besar adalah mereka yang membeli ikan dari pedagang pengumpul lalu menjual kepada pengecer.
- g. Pedagang pengecer adalah pedagang yang berada di pasar sekunder dan menjual ikan secara langsung kepada konsumen.
- h. Konsumen akhir adalah individu atau rumah tangga yang mengkonsumsi ikan segar.

- i. Ikan segar adalah jenis ikan yang ditangkap nelayan yang belum mengetahui kemunduran mutu antara lain ikan Bandeng, Ikan Kakap, Ikan Cakalang, Ikan Selar, Ikan Teri dan ikan Layang.
- j. Tempat pendaratan ikan (TPI) adalah tempat dimana pedagang pengumpul mendaratkan ikan lalu menjualnya.
- k. Volume produksi adalah banyaknya ikan bandeng, ikan layang, ikan cakalang, Ikan Selar, Ikan Teri dan Ikan Kakap yang didaratkan di TPI.
- l. Harga rata-rata bila ikan segar pada setiap lembaga tataniaga dibagi value penjualan.
- m. Jarak pasar adalah jarak pasar Lokal dari TPI Maros.
- n. Terminal 1 adalah tempat pelelangan ikan yang berasal dari nelayan dan petambak
- o. Terminal 2 adalah tempat penyaluran ikan segar ke pasar-pasar lokal yang ada di Kabupaten Maros oleh lembaga tataniaga yang terlibat .

BAB IV

KEADAAN UMUM LOKASI

4.1 Letak Geografis dan Wilayah Administrasi

Kabupaten Maros merupakan Kabupaten yang berbatasan langsung dengan Kota madya Makassar di sebelah utara posisi geografisnya terletak pada $40^{\circ} 45^{\circ}$ LS – $50^{\circ} 07^{\circ}$ LS dan $100^{\circ} 20^{\circ}$ BT – $129^{\circ} 12^{\circ}$ BT.

Batas-batas Kabupaten Maros adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara : Kabupaten Pangkep
- b. Sebelah selatan : Kotamadya Makassar
- c. Sebelah timur : Kabupaten Bone
- d. Sebelah barat : Selat Makassar

Wilayah ini secara administrasi terbagi atas 14 Kecamatan selanjutnya dibagi atas 184 Desa.

Tabel 1. Luas wilayah Kabupaten Maros Menurut Kecamatan Dan Persentase Luas Kabupaten Tahun 2005

No	Kecamatan	Luas area (Km ²)	Persentase (%)
1	Mandai	49.11	3,21
2	Moncongloe	46.87	3.07
3	Maros baru	53.76	3.52
4	Lau	53.73	3.52
5.	Turikale	29.93	1.63
6	Marusu	73.83	4.84
7	Bontoa	93.52	6.13
8	Bantimurung	173.70	11.38
9	Simbang	105.31	6.90
10	Tanralili	89.45	5.86
11	Tompobulu	287.65	18.52
12	Camba	145.83	9.56
13	Cenrana	180.97	11.86
14	Mallawa	235.92	15.46
	Jumlah	1526.0694	100,00

Sumber Dinas BPS Kabupaten Maros, 2005

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa Kecamatan yang terluas yaitu Kecamatan Tompobulu dengan luas yaitu 287.65 Km² atau dengan kata lain Desa tersebut 18.52% dari seluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten Maros.

4.2 Keadaan Topografi dan Iklim

Keadaan topografi Kabupaten Maros terdiri dari dataran dan pegunungan sebagian wilayahnya merupakan pesisir pantai dengan ketinggian 500 meter dari permukaan laut.

Iklim merupakan salah satu faktor utama yang menentukan dalam usaha perikanan dan pertanian. Iklim suatu daerah ditentukan oleh beberapa unsur antara lain curah hujan, kelembaban udara, intensitas cahaya, arah serta kecepatan angin.

Keadaan curah hujan Kabupaten Maros dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 2. Jumlah Curah Hujan Pada Stasiun Meteorologi Hasanuddin Mandai 2005

No	Bulan	Curah Hujan
1	Januari	651
2	Februari	346
3	Maret	552
4	April	391
5	Mei	126
6	Juni	19
7	Juli	-
8	Agustus	-
9	September	6
10	Oktober	9
11	November	105
12	Desember	592

Sumber Dinas Statistik Kabupaten Maros, 2006

Menurut Schmidt Da Ferguson dalam Nasir (1999) bahwa kriteria bulan basah, lembab, dan kering terdiri atas :

1. Bulan kering bila curah hujan < 600 mm
2. Bulan lembab bila curah hujan 60-100
3. Bulan kering bila curah hujan > 100 mm

Dan tipe iklim dibedakan atas

- Tipe A dengan nilai $Q = 0,00 - 0,14$ (Amat basah)
- Tipe B dengan nilai $Q = 0,14 - 0,33$ (Basah)
- Tipe C dengan nilai $Q = 0,33 - 0,60$ (Agak basa)
- Tipe D dengan nilai $Q = 0,60 - 1,00$ (Sedang)
- Tipe E dengan nilai $Q = 1,00 - 1,67$ (Agak kering)
- Tipe F dengan nilai $Q = 1,67 - 3,00$ (Kering)
- Tipe G dengan nilai $Q = 3,00 - 7,00$ (Amat kering)
- Tipe H dengan nilai $Q = 7,00$ keatas (Ekstrim kering)

$$Q = \frac{\text{Jumlah rata-rata bulan kering}}{\text{Jumlah rata-rata bulan basah}}$$

$$Q = \frac{4}{2} \times 100 = 200$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka diketahui bahwa Kabupaten Maros termasuk kriteria iklim tipe F dengan nilai 200 atau kering.

4.3 Kependudukan.

Penduduk dapat dipandang sebagai potensi sumberdaya manusia tetapi pada saat yang sama dapat juga menjadi beban pembangunan tetapi juga merupakan objek yang ditujukan oleh pembangunan itu sendiri.

Tabel 3 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Di Kabupaten Maros di Rinci Per Kecamatan.

No	Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Mandai	14.431	14.783	29.214
2	Moncongloe	5.327	5.447	10.774
3	Maros baru	10.699	11.145	21.847
4	Lau	10.904	11.866	22.770
5	Turikale	17.048	17.823	34.875
6	Marusu	10.651	10.951	21.602
7	Bontoa	11.952	12.727	24.679
8	Bantimurung	13.293	13.977	27.270
9	Simbang	10.042	10.604	20.646
10	Tanralili	11.523	11.670	23.193
11	Tompobulu	7.007	6.449	13.456
12	Camba	6.691	7.071	13.762
13	Cenrana	6.848	7.060	13.908
14	Mallawa	5.541	5.847	11.388
Jmlh		141.956	147.363	261.292

Sumber Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros, 2005

Dari tabel 2 di atas diketahui penduduk Kabupaten Maros pada Tahun 2005 sebanyak 261.291 orang terdiri dari laki-laki sebanyak 141.956 orang dan perempuan 147.363 orang

Banyak penduduk Kabupaten Maros menurut usia berikut di sajikan pada

Tabel 3.

Tabel 4. Banyaknya Penduduk Kabupaten Maros Menurut Kelompok Umur Dan jenis Kelamin

No	Kelompok Umur	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)	Jumlah
1	0 - 4	14.653	12.245	26.898
2.	5-9	15,243	14.585	29.825
3	10-14	16.130	17.229	33.359
4	15-19	13.433	14.302	27.735
5	20-24	9.678	12.358	22.036
6	25-29	10.093	1.1896	21.989
7	30-34	8.296	10.197	18.493
8	35-39	8.266	7.634	15.900
9	40-44	6.195	6.322	12.517
10	45-49	4.822	7.767	12.589
11	50-54	4.227	2.869	7.096
12	55-59	4.433	3.480	7.913
13	60 keatas	7.239	7.379	14,698
Jumlah		122.708	128.260	14,698

Sumber Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros

Berdasarkan kriteria umur penduduk dibagi atas 2 dua golongan yaitu penduduk usia kerja dan penduduk bukan usia kerja berumur 0-14 tahun dan di atas 55 tahun. Pada tabel 3 di atas menunjukkan penduduk bukan usia kerja dari laki - laki sebanyak 122.708 orag da perempuan sebanyak 128.260 orang. Untuk penduduk usia kerja yaitu umur 15-55 tahun terdiri dari laki-laki dan perempuan sebanyak orang.

Untuk mengetahui tingkat penduduk di Kabupaten Maros maka dapat kita lihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Jumlah Penduduk, Luas Dan Kepadatan Penduduk Perkilometer Persegi Dirinci Perkecamatan Di Kabupaten Maros.

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Luas (Km ²)	Kepadatan /Km ²)
1	Mandai	29.214	49.11	595
2.	Moncongloe	10.774	46.87	230
3	Maros baru	21.847	53.76	406
4	Lau	22.770	53.73	424
5	Turikale	34.875	29.93	1165
6	Marusu	21.602	73.83	293
7	Bontoa	24.679	93.52	264
8	Bantimurung	27.270	173.70	157
9	Simbang	20.646	405.31	195
10	Tanralili	23.193	84.45	259
11	Tompobulu	13.456	287.65	47
12	Camba	13.762	145.36	95
13	Cenrana	13.908	180.90	77
14	Mallawa	11.388	235.92	48

Sumber Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros, 2005

Dari tabel 5 di atas diketahui kepadatan penduduk terbesar terdapat di Kecamatan Turikale yaitu 1165 orang perkilometer, Mandai 595 orang dan Kecamatan Lau 424 orang perkilometer persegi. Penduduk pada ketiga Kecamatan di atas disebabkan karena daerah tersebut merupakan pusat kegiatan perekonomian serta

kegiatan lain yang menyebabkan banyaknya penduduk yang berpindah ke daerah tersebut.

4.4 Penggunaan Lahan

Penggunaan lahan oleh masyarakat di Kabupaten Maros cukup luas penggunaannya bukan saja pemenuhan kebutuhan sehari-hari tetapi telah digunakan untuk memenuhi segala kebutuhan artinya telah dijadikan sebagai pekerjaan pokok penduduk berbagai bentuk penggunaan lahan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1 Luas Lahan Dan Penggunaannya di Kabupaten Maros

No	Macam penggunaan	Luas (Ha)	Persentase(%)
1	Sawah	28.973	17.89
2.	Tambak	7.084	4.37
3	Pekarangan / bangunan	8.7742	5.39
4	Tegalan / kebun	15.676	9.68
5	Ladang/humah	6.929	4.28
6	Padang rumput/pengembangan	10.269	6.34
7	Hutan rakyat	15.633	9.34
8	Lain-lain	69.109	42.71
	Jumlah	161.912	100.00

Sumber Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros, 2005

Pada tabel 4.1 di atas terlihat bahwa lahan yang belum dimanfaatkan oleh masyarakat atau kegiatan lain yang belum dicatat sebesar 69.109 Ha atau 42.71 % kemudian sawah 28.973 Ha atau 17,89 % sedangkan hanya seluas 7.084 Ha atau

4.73% digunakan untuk tambak hal ini disebabkan karena wilayah Kabupaten Maros sebagian kecil terletak di pesisir pantai.

Melihat salah satu daerah yang berada di pesisir pantai Kabupaten Maros memiliki potensi perikanan yang cukup besar baik perikanan darat maupun perikanan laut.

4.5 Potensi Perikanan

Kabupaten Maros memiliki potensi perikanan seluas 7.084 Ha dimana lahan – lahan tersebut terdiri dari penangkapan di laut, perairan umum, budidaya air payau, dan budidaya air tawar. Potensi lahan pengembangan perikanan di Kabupaten Maros dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Potensi Lahan Pengembangan Perikanan Di Kabupaten Maros

No	Sektor perikanan	Yang telah dikelola (Ha)	Produksi (Ton)
1	Penangkapan di laut	18.000.0	90.945,5
2.	Perairan umum	52.1	985.1
3	Budidaya air payau	7.082	12.759,7
4	Budidaya air tawar	50.2	9.6

Sumber Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros, 2005

Pada tabel 7 di atas menunjukkan bahwa produksi perikanan yang terbesar adalah dari budidaya air payau sebesar 12.759,7 ton kemudian penangkapan di laut 10.945,5 ton, perairan umum 958,1 ton dan budidaya air tawar 9,6 ton

Tabel 9. Jumlah Perahu / Penangkap Ikan Laut dan Darat Menurut Kecamatan Di Kabupaten Maros

No	Kecamatan	Perikanan Laut			Perikanan Darat		Jumlah
		Perahu	K.Motor TPL	K.Motor	Perahu	Motor TPR	
1.	Mandai	-	-	-	-	-	-
2.	Moncongloe	-	-	-	-	-	-
3.	Maros Baru	6	9	122	4	8	149
4.	Turikale	-	-	-	-	-	-
5.	Marusu	60	237	181	26	19	523
6.	Bontoa	60	61	427	112	35	695
7.	L a u	10	7	49	-	-	66
8.	Bantimurung	-	-	-	-	-	-
9.	Simbang	-	-	-	-	-	-
10.	Tanralili	-	-	-	-	-	-
11.	Tompobulu	-	-	-	-	-	-
12.	Camba	-	-	-	-	-	-
13.	Cenrana	-	-	-	-	-	-
14.	Mallawa	-	-	-	-	-	-
	Jumlah	136	314	779	142	62	1.433

Sumber : Dinas Perikanan Dan Kelautan Kabupaten Maros.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa Kabupaten Maros memiliki jumlah perahu penangkap ikan laut dan darat menurut kecamatan sebanyak 1.433 unit perahu, di mana alat penangkapan yang ada dibagi ke dalam tiga alat tangkap yang terdiri dari perahu tanpa motor, kapal motor TPL, dan kapal motor untuk perikanan laut kecamatan yang memiliki banyak alat tangkap untuk perikanan yaitu kecamatan bontoa di mana kecamatan tersebut merupakan daerah pesisir sedangkan untuk alat tangkap perikanan darat yang memiliki jumlah alat tangkap yang banyak yaitu kecamatan bontoa

Tabel 9. Jumlah/ Alat Penangkap Ikan Laut dan Darat Menurut Kecamatan.

No	Kecamatan	Perikanan			Kecamatan	
		Laut	Danau	Rawa	Sungai	Jumlah
1.	Mandai	-	-	-	-	-
2.	Moncongloe	-	-	-	-	-
3.	Maros Baru	103	-	-	12	114
4.	Turikale	-	-	-	-	-
5.	Marusu	590	-	-	45	635
6.	Bontoa	676	-	-	147	623
7.	L a u	69	-	-	-	69
8.	Bantimurung	-	-	-	-	-
9.	Simbang	-	-	-	-	-
10	Tanralili	-	-	-	-	-
11	Tompobulu	-	-	-	-	-
12	Camba	-	-	-	-	-
13	Cenrana	-	-	-	-	-
14	Mallawa	-	-	-	-	-
	Jumlah	1.438	-	-	204	1.641

Sumber ; Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Maros.

Berdasarkan Tabel 8 di atas jumlah alat penangkapan ikan laut dan darat menurut kecamatan jumlah yang terbanyak terdapat pada kecamatan Marusu dimana jumlah alat penangkapan darat dan laut sebanyak 635 unit kemudian disusul oleh kecamatan Bontoa yang memiliki jumlah alat tangkap sebanyak 623 unit, dimana kedua kecamatan tersebut merupakan daerah pesisir sedangkan sembilan kecamatan dari empat belas kecamatan yang ada di kabupaten maros bukan daerah pesisir

Tabel 10 Luas Dan Produksi Ikan Tambak Menurut Kecamatan

No	Kecamatan	Luas (Ha)	Udang (ton)	Ikan (ton)	Jumlah
1.	Mandai	77,39	7,99	26,69	34,69
2.	Moncongloe	-	-	-	-
3.	Maros Baru	2.209,29	762,20	762,20	990,53
4.	Turikale	90,85	31,34	31,34	40,73
5.	Marusu	2.464,41	850,22	850,22	1.104,91
6.	Bontoa	2.887,88	996,32	996,32	1.294,78
7.	L a u	1.627,71	561,35	561,55	729,78
8.	Bantimurung	104,00	10,74	35,88	46,52
9.	Simbang	-	-	-	-
10	Tanralili	-	-	-	-
11	Tompobulu	-	-	-	-
12	Camba	-	-	-	-
13	Cenrana	-	-	-	-
14	Mallawa	-	-	-	-
	Jumlah	9.461,53	977,81	3.264,22	4.242,04

Sumber ; Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Maros

Berdasarkan tabel 10 di atas luas dan produksi ikan tambak menurut kecamatan yang ada di Kabupaten Maros dapat diketahui bahwa kecamatan yang memiliki luas dan produksi ikan tambak menurut kecamatan yang memiliki jumlah tertinggi terdapat pada kecamatan Bontoa dengan jumlahnya 1.294,78 kemudian kecamatan Marusu dengan jumlahnya 1.104,91 dan kecamatan yang memiliki jumlah luas dan produksi ikan tambak yang rendah terdapat pada kecamatan Bantimurung.

Tabel 10 . Jumlah Produksi Perikanan Menurut Kecamatan

No	Kecamatan	Perikanan Laut	Perairan Umum	Budidaya Air Tawar	Budidaya Air Payau	Jumlah
1.	Mandai	-	-	1,01	34,69	35,70
2.	Moncongloe	-	-	0,15	-	0,15
3.	Maros Baru	563,08	46,30	0,77	990,53	1.600,68
4.	Turikale	-	-	3,61	40,73	44,34
5.	Marusu	1.325,87	201,50	0,60	1.104,91	2.632,88
6.	Bontoa	11.159,27	749,30	-	1.294,78	13.203,35
7.	L a u	144,29	-	-	729,78	674,07
8.	Bantimurung	-	-	15,61	46,62	62,23
9.	Simbang	-	-	0,64	-	0,64
10	Tanralili	-	-	48,86	-	48,86
11	Tompobulu	-	-	12,26	-	12,26
12	Camba	-	-	3,88	-	3,88
13	Cenrana	-	-	0,77	-	0,77
14	Mallawa	-	-	2,59	-	2,59
	Jumlah	13.102,52	997,10	90,75	4.242,04	10.552,40

Sumber : Dinas Perikanan Dan Kelautan Kabupaten Maros

Berdasarkan tabel 10 di atas kita dapat mengetahui jumlah produksi perikanan menurut kecamatan dimana jumlah produksi perikanan yang paling tinggi yaitu kecamatan Bontoa dengan jumlah produksi perikanan yaitu 13.203,35 ton, kemudian kecamatan Marusu dengan jumlah produksinya sebanyak 2.632,88 ton sedangkan jumlah produksi terendah di peroleh oleh kecamatan moncongloe dengan jumlah produksi perikanan sebanyak 0,15 ton.

4.6 Keadaan Umum Responden

Dalam upaya mengungkap potensi pribadi bagi para responden maka dideskripsikan tentang identitas diri maupun keluarga yang berkaitan dengan usaha yang dilakukannya.

4.6.1 Usia Responden

Umur responden sangat berpengaruh langsung terhadap kemampuan fisik dan perilaku dalam melakukan aktivitas. Umur yang produktif akan lebih efektif dalam beraktivitas dibandingkan dengan belum atau tidak produktif. Hal ini sesuai dengan pendapat (Made S. 1994) bahwa tingkat kemampuan kerja dari manusia di antaranya sangat tergantung kepada umur, dimana berdasarkan tingkat umur tenaga kerja dapat dibedakan atas tenaga kerja produktif dan non produktif. Untuk lebih jelasnya umur responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 12. Kisaran Usia Responden Di Pelelangan Ikan Kec. Libuang Dan Pasar-pasar Di Kabupaten Maros

No	Umur (Tahun)	Produsen	%	P.Pengumpul	%	P.Pengecer	%
1.	< 15	-	0	-	0	-	0
2.	16 - 31	11	36,6	2	20	16	39
3.	32 - 48	4	20	4	40	18	43,9
4.	49 - 65	5	16,6	4	40	7	17
5.	> 65	-	-	-	0	-	0
	Jumlah	20	100	10	100	41	100

Sumber ; Data Primer Setelah Diolah, 2006

Berdasarkan hasil tersebut di atas dapat digambarkan bahwa 2 (dua) kelompok kisaran usia yang dominan baik pada pedagang produsen, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer adalah pada kisaran umur 32 - 48 dan kisaran

49-65, masih digolongkan ke dalam kelompok usia produktif (Mubyarto, 1991) yang berkisar antara 15 – 55 tahun.

Berdasarkan kisaran usia kerja hanya dua kelompok usia yang tidak tergolong usia kerja yaitu kisaran > 65 tahun pada produsen , pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dan kisaran usia antara < 15 tahun (Keyfitz dan nitisastro, 1989). Walaupun demikian hal ini merupakan gambaran bahwa pedagang ikan segar khususnya pedagang pengumpul walaupun berusia lanjut masih mempunyai keinginan untuk tetap produktif. Pada usia produktif pedagang ikan segar diharapkan dapat mengembangkan usahanya dimana pola pikir dan wawasannya masih dapat berkembang untuk menyerap sistem agribisnis perikanan, dimana secara teoritis bahwa manusia di usia produktif lebih mudah menerima masukan teknologi dan keterampilan dalam upaya meningkatkan produktivitas kerjanya agar lebih efektif dan efisien sehingga memberikan nilai tambah bagi usahanya.

4.6.2 Tingkat Pendidikan Responden

Produktivitas dari semua pedagang ataupun produsen akan dipengaruhi langsung oleh tingkat pendidikannya. Pada dasarnya akan mempengaruhi pola pikir dan perilaku terutama dalam inovasi teknologi yang relevan dengan usahanya. Keterbatasan pendidikan dan pengalaman akan menutupi cakrawala gagasan yang ada pada memori pikirannya. Untuk lebih jelasnya tingkat pendidikan produsen, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer ikan segar yang terdapat di kabupaten Maros dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 13 Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Produsen	%	P.Pengumpul	%	P.Pengecer	%
1	Tidak Sekolah	0	0	0	0	0	0
2	Tidak Tamat SD	0	0	5	50	13	31,7
3.	SD	11	55	2	20	21	51,21
4.	SMP	8	40	3	30	4	9,76
5.	SMA	1	5	0	0	3	7,31
6.	SI	0	0	0	0	0	0
Total		20	100	10	100	41	100

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2006

Tabel memperlihatkan bahwa rata-rata tingkat pendidikan produsen ikan segar yang ada di Kabupaten Maros adalah tamat SD yaitu sebesar 11 orang atau 55,00 % dari total responden produsen ikan segar di kabupaten maros. Dari hasil tersebut dapat kita ketahui bahwa pada umumnya produsen ikan segar yang ada di kabupaten maros ini tidak terlalu mementingkan pendidikan. Pekerjaan sebagai nelayan merupakan pekerjaan turun temurun dari orang tua mereka sehingga merupakan suatu kebiasaan jika banyak para nelayan mengikuti orang tua mereka terjun langsung sebagai nelayan sehingga pengetahuan mereka terhadap cara penangkapan ikan yang dilakukan di laut merupakan suatu pengalaman.

Untuk pedagang pengumpul dari 10 orang responden 5 diantaranya adalah tidak tamat SD dengan presentase 50,00 % dan untuk tamatan SD sebanyak 2 orang dengan presentase 20,00 dan untuk pedagang pengumpul tamatan SMP sebanyak 3 orang dengan presentase 30,00. sedangkan untuk pedagang pengecer dari 41 responden masing-masing 13 orang tidak tamat SD atau 31,70%, untuk tamatan SD

jumlah pedagang pengecer sebanyak 21 orang dengan presentase 51,21 %, tamatan SMP sebanyak 4 orang dengan presentase 9,76% dan tamatan SMA untuk pedagang pengecer sebanyak 3 orang dengan presentase 7 31%.

4.6.3 Tanggungan dan ketersediaan Tenaga Kerja

Anggota keluarga produsen ikan segar ataupun semua pedagang yang terlibat dalam pemasaran ikan segar yang ada di kabupaten maros merupakan asset dalam keluarga. Anggota keluarga merupakan tanggungan keluarga banyaknya jumlah anggota keluarga dapat menjadi motivasi tersendiri dalam melakukan usaha. Semakin besar jumlah anggota keluarga semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan kepada anggota keluarga.

Tabel 14. Jumlah tanggungan Keluarga Produsen, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer Ikan Segar yang Ada Di Kabupaten Maros.

No	Jumlah Tanggungan	Produsen	%	P. Pengumpul	%	P. Pengecer	%
1.	1-3	6	30	4	40	18	43,9
2.	4-6	10	50	3	30	13	31,7
3.	7-9	3	15	3	30	6	14,6
4.	10 ke atas	1	5	0	0	4	9,76
	Total	20	100	10	100	41	100

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2006

Berdasar tabel 13 diatas dapat dilihat bahwa produsen, pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer ikan segar yang ada di Kabupaten Maros mempunyai tanggungan keluarga yang cukup besar, di mana sebagian besar mempunyai tanggungan keluarga sebanyak 6 orang. Jumlah anggota keluarga pada masyarakat nelayan dan pedagang ikan segar merupakan suatu asset dalam hal

penyediaan tenaga kerja dimana sebagian besar tenaga kerja yang digunakan berasal dari keluarga sendiri.

Selain sebagai sumber tenaga kerja tanggungan keluarga dapat dijadikan perangsang untuk mengelola secara baik apa yang diusahakan karena diketahui bahwa besarnya anggota keluarga akan mengakibatkan besarnya pula biaya hidup yang harus di tanggung. Besarnya anggota keluarga merupakan gambaran nilai ketergantungan keluarga dimana semakin besar nilai ketergantungan keluarga semakin besar pula beban kepada keluarga atau anggota keluarga yang berusia produktif Made S. 1994

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 LEMBAGA PEMASARAN IKAN SEGAR DI KABUPATEN MAROS

5.1.1 Produsen

Produsen adalah nelayan dan petani tambak yang melakukan usaha penangkapan ikan di laut dan juga usaha budidaya ikan bandeng pada dua kali panen. Untuk nelayan mereka melakukan usaha penangkapan dengan melakukan kegiatan melaut yang di laksanakan pada malam hari sampai subuh hari, nelayan melakukan usaha penangkapan dilakukan tiga kali dalam seminggu pada saat musim barat sekitar bulan januari sampai juni sedangkan pada musim paceklik nelayan tidak melakukan kegiatan usaha penangkapan karena pengaruh angin yang cukup kencang dan ombak yang cukup tinggi sehingga para nelayan tidak dapat melakukan kegiatan penangkapan di laut sedangkan untuk usaha budidaya ikan bandeng pada dua kali panen. Proses produksi budidaya ikan bandeng oleh petani dilakukan di tambak dengan sistem lahan yang di kelola adalah hak milik.

5.1.2 Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah orang yang aktif membeli dan mengumpulkan ikan baik itu ikan cakalang, Ikan Teri, Ikan Selar dan ikan layang yang di kumpulkan dari beberapa nelayan yang menjual ikannya sedangkan untuk ikan bandeng dari

produsen atau petani tambak yang ada di kabupaten maros kemudian memasarkannya kepada pedagang berikutnya.

Ikan bandeng yang dibeli oleh pedagang pengumpul dengan cara mendatangi para petani untuk membeli namun terkadang petani yang mengantar sendiri kepada pengumpul demikian pula dengan cara pengumpulan ikan layang, selar, kakap, teri dan ikan cakalang yang berasal dari nelayan yang mendatangi pedagang pengumpul yang telah menunggu ikan di TPI.

5.1.3 Pedagang Besar

Pedagang besar adalah badan atau perseorangan yang membeli barang dari pedagang pengumpul dan selanjutnya di serahkan kepada pedagang pengecer untuk dipasarkan. Khusus untuk di TPI yang ada di Kabupaten Maros jumlah pedagang besarnya tidak terlalu banyak hanya berjumlah 5 orang. Adapun langganan untuk pedagang besar yang ada yang menyerahkan ikannya kepada pedagang pengecer baik yang ada di Kabupaten Maros sendiri.

5.1.4 Pedagang Pengecer

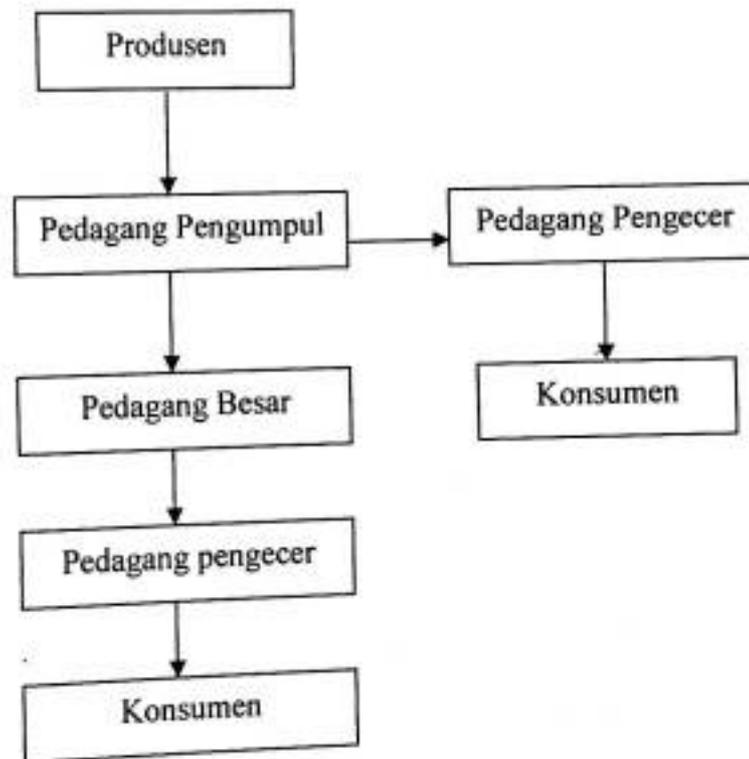
Pedagang pengecer atau paggandeng adalah lembaga pemasaran yang keberadaannya membeli ikan dari pedagang pengumpul atau pedagang pengecer mendatangi langsung nelayan yang telah ada di TPI pada subuh hari kemudian melalui pedagang inilah sampai di tangan konsumen akhir di pasar-pasar lokal yang ada di Kabupaten Maros.

Pedagang pengecer tersebut memasarkan ikannya di berbagai pasar yang ada di Kabupaten Maros di mana terdapat pasar-pasar lokal ataupun paggandeng yang

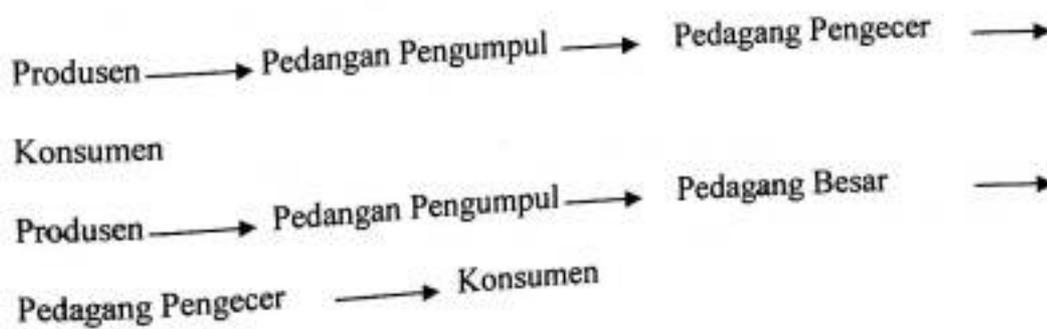
memasarkan ikan jualannya dengan cara berkeliling.tau mendatangi langsung konsumen.

5.2 Lembaga dan Saluran Tataniaga ikan segar di Kabupaten Maros.

Lembaga tataniaga adalah orang atau badan usaha yang terlibat dalam penyaluran ikan segar dari produsen sampai kekonsumen lembaga yang terlibat dalam penyaluran ikan segar disajikan sebagai berikut



Keterangan :



Pemasaran ikan segar dari TPI Maros ke pasar-pasar melalui rantai pemasaran yang sederhana di mana lembaga-lembaga yang terlibat tidak terlalu banyak saluran pemasaran hanya terdiri dari dua rantai tataniaga kedua bentuk saluran tataiaga tersebut yang umum terjadi dalam penyaluran ikan segar.

Saluran pemasaran pertama yaitu pemasaran ke lokasi pasar yang dekat dari TPI dan transportasi yang lancar sedangkan saluran pemasaran yang kedua yaitu lokasi yang jauh letaknya dari TPI Maros.

Pasar lokal yang menjadi tempat pedagang pengecer dalam saluran pemasaran pertama ada 16 pasar yaitu pasar Bulu-bulu, pasar mandai, pasar carangki, pasar masale, pasar amarang, pasar pakasalok, pasar bulutara, pasar jembatan keru, pasar panaikang, pasar panjalingang, pasar pute, pasar barandasi, pasar batubassi, dan pasar simbang sedangkan pasar lokal yang menjadi tujuan pedagang besar dan menjadi tempat pedagang pengecer dalam saluran kedua ada 4 pasar yaitu pasar sentral Maros pasar kanang, pasar camba dan pasar bengo.

5.3 Proses Pemasaran Ikan Segar Di Kabupaten Maros

Ikan Bandeng, Cakalang, Teri, Selar, Kakap dan Layang yang akan diperjualbelikan merupakan ikan yang berbentuk segar. Selain karena kesegaran dari ikan tersebut, peranan setiap lembaga dalam memasarkan ikan ini juga sangat mempengaruhi proses dari pemasaran dari nelayan atau petani tambak sampai ke tangan konsumen akhir. Ikan segar yang diperoleh dari hasil tangkapan maupun dari hasil panen yang dilakukan oleh petani tambak tersebut akan di atur ke dalam

keranjang (basket) yang memiliki ukuran diameter kurang lebih 80 cm dengan tinggi 60 cm yang dapat memuat kurang lebih 400 sampai 500 ekor atau 200 sampai 250 kilogram setiap basket.

Untuk pemasaran ikan cakalang, Ikan Teri, Ikan Selar, Ikan Kakap dan ikan layang yang merupakan hasil usaha penangkapan yang dilakukan dilaut oleh nelayan diawali dengan penjualan di TPI yang ada di Kabupaten Maros. Dimana kegiatan transaksi penjualan biasanya dilakukan pada subuh hari dimana ikan yang merupakan hasil tangkapan nelayan langsung dibawa oleh nelayan ke TPI yang ada Di kabupaten Maros, di TPI tersebut telah menunggu pedagang pengumpul yang akan membeli hasil tangkapan nelayan, untuk proses penjualan ikan yang dilakukan oleh nelayan biasanya telah ada pembeli tetap yang juga merupakan pedagang pengumpul yang akan membeli hasil tangkapan nelayan dan proses pembayarannya dilakukan secara tunai dengan harga rata-rata ikan yang di jual kepada pedagang perantara untuk ikan cakalang sebesar Rp 2500 untuk ukuran sedang sedangkan harga jual untuk ikan layang dari nelayan harga rata-ratanya sebesar Rp 1500.

Sedangkan untuk pemasaran ikan bandeng petani sebagai produsen mengawali pemasaran dengan menjual produknya kepada pedagang pengumpul yang ada di TPI Kabupaten Maros. Dalam proses penjualan ikan bandeng biasanya petanilah yang mendatangi pedagang pengumpul atau sebaliknya, dalam hal ini petani berlaku sebagai pedagang. Dari responden petani tambak ikan bandeng menjual produksinya dengan harga rata-rata sebesar Rp 19000 perkg untuk ukuran sedang.

5.3.1 Pembelian dan Penjualan Oleh Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul melakukan pembelian Ikan baik untuk ikan cakalang, ikan laayang,, Ikan Kakap, Ikan Selar, Ikan Teri maupun ikan bandeng dengan cara menanti datangnya ikan yang di bawa oleh nelayan yang merupakan hasil tangkapan maupun ikan yang di bawa oleh petani tambak. Khusus untuk ikan bandeng yang ada di TPI Maros tidak hanya berasal dari Kabupaten Maros saja bahkan ada yang berasal dari kabupaten lain juga dari luar Sulawesi. Pedagang pengumpul yang ada di TPI Kabupaten Maros tidak hanya membeli satu jenis ikan saja tapi beberapa jenis ikan baik yang merupakan ikan hasil tangkapan maupun yang berasal dari usaha budidaya tambak.. Untuk ikan bandeng apabila terjadi kelebihan produksi ikan yang dibawa oleh petani akan di bawa ke tempat Pelelangan Ikan Rajawali maupun ataupun pasar ikan lainnya yang ada di Makassar.

Penentuan harga oleh pedagang pengumpul berdasarkan atas tingkat pembelian pedagang pengumpul di lapangan pada umumnya. Berdasarkan hasil penelitian harga pembelian pedagang pengumpul ikan cakalang Rp 24000 perkg, ikan layang Rp 20000 perkg dan untuk ikan bandeng harga rata-ratanya sebesar Rp 25000 perkg

Pedagang pengumpul yang membeli ikan dari nelayan maupun petani tambak dengan menggunakan modal sendiri bebas untuk kerjasama dengan pedagang besar lainnya. Namun jika pedagang pengumpul telah terikat dengan bantuan maka setiap hasil pembelian ikan baik yang berasal dari nelayan maupun petani tambak

akan diberikan kepada koperasi yang ada di TPI tersebut agar mengurangi beban pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul

5.3.2 Pembelian dan Penjualan Oleh Pedagang Pengecer.

Pedagang pengecer memperoleh ikan segar baik itu ikan cakalang, ikan layang, Ikan Kakap, Ikan Selar, Ikan teri maupun ikan bandeng dengan cara mendatangi TPI dengan membeli langsung kepada pedagang pengumpul atau langsung kepada nelayan maupun petani tambak yang ada di TPI adapun harga pembelian ikan yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu untuk ikan cakalang sebesar Rp 25000 perkg, untuk ikan layang sebesar Rp 20000 perkg dan untuk ikan bandeng Rp 30000 perkg. Sedangkan kegiatan pembelian yang dilakukan pedagang pengecer dengan pedagang pengumpul dapat langsung mengambil ikan sesuai jumlah yang diminta dan langsung dilunasi.

Kegiatan penjualan oleh pihak pedagang pengecer ini berinteraksi langsung dengan konsumen akhir. Untuk pedagang pengecer yang memasarkan ikannya di pasar maka konsumen yang mendatangi pedagang tersebut untuk melakukan transaksi jual beli. Namun untuk pedagang pengecer keliling baik menggunakan kendaraan sepeda maupun sepeda motor maka pedaganglah yang melakukan pendekatan ke setiap pelanggan dengan cara berkeliling untuk memasarkan ikannya, setiap pedagang pengecer ini sudah memiliki ketetapan rute yang akan dilewati untuk memasarkan hasil jualannya. Dan berdasarkan hasil penelitian ikan segar dengan harga untuk ikan cakalang sebesar Rp 30000 perkg, ikan layang Rp 25000 perkg dan untuk ikan bandeng sebesar Rp 35000 perkg.

5.4 Harga Pemasaran

Harga suatu barang adalah nilai pasar suatu barang tersebut yang dinyatakan dengan jumlah uang (Hanafiah dan Saefuddin, 1996). Harga ditentukan oleh konsumen di tingkat eceran, grosir, pedagang eceran maupun produsen tidak dapat menentukan harga terhadap jumlah pembelian barang-barang.

Proses pemasaran hasil perikanan melalui beberapa lembaga pemasaran di mana setiap lembaga yang terlibat menetapkan harga yang berbeda dengan memperhatikan pengeluaran dari usahanya untuk memperoleh keuntungan semakin jauh kedudukan suatu lembaga dari produsen dalam saluran tataniaga maka harga yang ditetapkan semakin tinggi

Harga pemasaran pada tiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam penyaluran ikan segar disajikan pada tabel berikut :

Tabel 15. Harga Pemasaran Ikan Segar Pada Tiap Lembaga Tataniaga Saluran Pertama

No	Jenis Ikan	Harga (Rp/Kg)		
		Produsen	P. Pengumpul	P. Pengecer
1.	Ikan Bandeng	19333	24333	29333
2.	Ikan Cakalang	20500	25667	30167
3.	Ikan Layang	17833	22833	27333
4.	Ikan Kakap	20166	25333	19167
5.	Ikan Teri	9500	14333	15125
6.	Ikan Selar	10333	15667	30125
	Rata - rata	16278	21361	25218

Sumber ; Data Primer Yang Diolah, 2006

Pada Tabel 15 diatas nampak bahwa harga di tiap lembaga yang terlibat berbeda-beda, harga pada pedagang pengumpul lebih rendah di banding harga pada pedagang pengecer. Hal ini disebabkan karena kedudukan pedagang pengumpul

dalam rantai tataniaga lebih dekat kepada nelayan di bandingkan pedagang pengecer di mana pedagang pengumpul di sini langsung membeli ikan kepada produsen (Nelayan atau petani tambak).

Sistem penjualan di tingkat pedagang pengumpul dalam memasarkan ikannya kepada pedagang pengecer dengan menggunakan bakul dengan penjualan ikan segar yang dilakukan kepada pedagang pengecer dengan menggunakan bakul untuk memudahkan perhitungan margin tataniaga maka satuan yang digunakan dalam Rupiah/ Kilogram di mana di ketahui berat rata-rata ikan setiap petinya 150 kilogram dari setiap peti tersebut di hasilkan 30 bakul yang beratnya 5 kilogram setiap satu kilogram jumlah ikan yang ada sebanyak 3 sampai 5 ekor ikan untuk ikan bandeng, cakalang, kakap, layang dan selar kuning.

Tabel 16. Harga Pemasaran Ikan Pada Tiap Lembaga Tataniaga Saluran Kedua

No	Jenis Ikan	Harga (Rp/Kg)			
		Produsen	P.Pengumpul	P.Besar	P. Pengecer
1.	Ikan Bandeng	19.333	25.667	32.167	36.607
2.	Ikan Cakalang	20.500	26.667	33.667	37.333
3.	Ikan Layang	17.833	24.833	30.333	35.167
4.	Ikan Kakap	20.166	26.337	22.667	39.333
5.	Ikan Teri	9.500	15.333	22.167	27.667
6.	Ikan Selar	10.333	16.667	34.125	24.333
	Rata - rata	16.278	22.583	28.521	33.416

Sumber : Data Primer Yang Di Olah 2006

Pada Tabel 16 di atas nampak bahwa harga pada tingkat pedagang pengecer saluran pertama lebih rendah di bandingkan harga di tingkat pedagang pengecer saluran kedua harga rata-rata pada pedagang saluran pertama sebesar Rp 25.218/Kg sedangkan pedagang pengecer saluran kedua sebesar Rp 33.416/Kg. Hal

ini di sebabkan oleh tidak adanya pedagang besar sebagaimana terdapat pada saluran kedua hal tersebut di sebabkan karena lokasi pasar tidak jauh dari tempat pelelangan ikan (TPI) keadaan ini di dukung oleh pernyataan Hanafiah dan Saefuddin (1996) bahwa harga barang di pasar eceran yang lebih jauh dari daerah produksi akan lebih tinggi di bandingkan dengan harga barang di pasar eceran yang lebih dekat dengan daerah produksi.

5.5 Analisis Biaya dan Margin Tataniaga Ikan Segar

5.5.1 Biaya Tataniaga

Biaya tataniaga adalah jumlah pengeluaran yang dikeluarkan oleh tiap lembaga tataniaga untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksinya dan jumlah pengeluaran oleh lembaga tataniaga (badan perantara) dan laba yang di terima oleh badan bersangkutan (Hanafiah dan Saefuddin, 1996)

Tabel 17. Biaya Rata-rata Yang Di Keluarkan masing-masing Lembaga Tataniaga

No	Lembaga Tataniaga	Biaya Tataniaga (Rp/Kg)
1.	Produsen	697
2.	Pedagang Pengumpul	1.115
3.	Pedagang Besar	1.146
4.	Pedagang Pengecer I	400
5.	Pedagang Pengecer II	567
	Rata-rata	789

Sumber : Data Primer Yang Di Olah 2006

Biaya yang di keluarkan oleh lembaga tataniaga pada setiap proses pemasaran berbeda-beda pada tabel di atas terlihat biaya yang di keluarkan oleh Produsen atau nelayan sebesar Rp 697/Kg yang termasuk biaya yang di keluarkan

oleh produsen atau nelayan yaitu biaya transportasi, es, keranjang, dan penyusutan alat yang di gunakan dalam melakukan kegiatan penangkapan, pedagang pengumpul sebesar Rp 1.115/Kg Biaya-biaya yang di dikeluarkan dapat di lihat pada lampiran 2 yang terdiri dari pajak tempat, retribusi, penyusutan box ikan, es balok, transportasi dan upah buruh. Pedagang besar mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.146/ Kg yang terdiri dari biaya transportasi, retribusi dan es besarnya biaya yang dikeluarkan pedagang besar di banding pedagang pengumpul di akibatkan oleh tingginya biaya transportasi menuju pasar pada tingkat pengecer juga terdapat perbedaan biaya antara pengecer saluran pertama dan pengecer saluran ke dua biaya yang di dikeluarkan pengecer saluran pertama Rp 400/Kg sedangkan untuk pedagang pengecer saluran ke dua sebesar Rp 567/ Kg tingginya biaya yang di dikeluarkan pengecer saluran ke dua juga di sebabkan oleh perbedaan biaya transportasi di mana pengecer saluran pertama mengeluarkan biaya sebesar Rp 5.000 dan pengecer kedua sebesar Rp 10.000 sementara daya beli atau volume ikan yang di pasarkan sama.

5.5.2 Analisis Margin Tataniaga

Margin tataniaga adalah selisih harga yang yang di bayar oleh kepada penjual pertama dengan harga yang di bayarkan oleh pembeli terakhir. Margin di gunakan untuk perencanaan dan margin membandingkan kegiatan alternatif di masa yang akan datang (Mubyarto. 1991). Dalam proses tataniaga ikan segar maka dalam kegiatan tataniaga tersebut setiap lembaga akan memperleh margin dan selisih harga perubahan dan penjualan ikan segar hngga ke konsumen akhir. Besarnya margin yang di peroleh tiap lembaga dapat di lihat pada tabel berikut ;

Tabel 18 Margin Mutlak Pemasaran Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Pengumpul.

No	Jenis Ikan	Harga Pembelian	Harga Penjualan	Margin Mutlak
1.	Ikan Bandeng	19.333	25.667	6.334
2.	Ikan Cakalang	20.500	26.667	6.167
3.	Ikan Layang	17.833	24.833	7.000
4.	Ikan Kakap	20.166	26.337	6.171
5.	Teri	9.500	15.333	5.833
6.	Ikan Selar	10.333	16.667	6.334

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2006

Pada Tabel 17 di atas nampak bahwa margin terbesar yang di peroleh pada penjualan ikan segar adalah pada jenis ikan Layang yaitu sebesar Rp 7.000/Kg kemudian ikan bandeng dan ikan selar sebesar Rp 6334/Kg, Ikan Kakap sebesar Rp 6171/ Kg, Ikan Cakalang sebesar Rp 6.167/ Kg sedangkan margin yang terkecil pada tingkat pedagang pengumpul yaitu pada jenis ikan teri sebesar Rp 5.833/ Kg.

Tabel 19 Margin Mutlak Pemasaran Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Besar

No	Jenis Ikan	Harga (Rp /Kg)		
		Harga Pembelian	Harga Penjualan	Margin Mutlak
1.	Ikan Bandeng	25.667	32.167	6.500
2.	Ikan Cakalang	26.667	33.667	7.000
3.	Ikan Layang	24.833	30.333	5.500
4.	Ikan Kakap	26.337	34.125	7.788
5.	Teri	15.333	22.667	7.334
6.	Ikan Selar	16.667	23.125	6.458

Sumber. Data Primer yang Telah Diolah, 2006

Pada Tabel 19 diatas dapat diketahui bahwa margin terbesar yang di peroleh oleh pedagang besar pada pemasaran ikan segar di kabupaten Maros terdapat pada jenis ikan Kakap di mana besarnya margin yang di peroleh sebesar Rp 7.788 / Kg kemudian ikan teri sebesar Rp 7334/Kg, ikan Cakalang sebesar Rp 7.000/Kg, Ikan

Bandeng sebesar Rp 6.500/ Kg sedangkan margin yang terendah terdapat pada jenis ikan Layang sebesar Rp 5.500/ Kg.

Tabel 20. Margin Mutlak Pemasaran Ikan Segar Pada Tingkat Pedagang Pengecer.

No	Jenis Ikan	Harga Pembelian	Harga Penjualan	Margin Mutlak
1.	Ikan Bandeng	32.167	36.667	5.666
2.	Ikan Cakalang	33.667	39.333	4.834
3.	Ikan Layang	30.333	35.167	6.208
4.	Ikan Kakap	34.125	40.333	5.000
5.	Teri	22.667	27.667	6.208
6.	Ikan Selar	23.125	29.333	5.403

Sumber. Data Primer Yang Telah Diolah, 2006

Pada Tabel 20 di atas dapat diketahui bahwa margin terbesar pada margin pemasaran pada tingkat pedagang pengecer di dapat pada jenis ikan layang dan Ikan teri sebesar Rp 6.208/Kg, Ikan Bandeng sebesar Rp 5.666/Kg, Ikan Kakap sebesar Rp 5.000 sedangkan margin yang terendah terdapat pada jenis Ikan Cakalang sebesar Rp 4.834/Kg.

Tabel 24.. Margin Mutlak yang Diterima Masing-Masing Lembaga Pemasaran Ikan Segar Di Kabupaten Maros, 2006.

No	Lembaga Pemasaran	Bandeng	Cakalang	Layang	Teri	Selar	Kakap	Rata-rata
1.	Pedagang Pengumpul	6.334	6.167	7.000	6.171	5.833	6.334	6.303
2.	Pedagang Besar	6.500	7.000	6.500	7.334	6.458	7.788	6.096
3.	Pedagang Pengecer	4.500	5.666	4.834	6.208	5.000	6.208	5.403
	Margin Mutlak Saluran							
	I (1 + 3)	10.834	11.833	11.834	12.379	10.833	12.542	
	Margin Mutlak Saluran							
	II (1+2+3)	17.334	18.833	10.334	19.713	17.291	20.330	

Sumber. Data Primer Yang Telah Diolah, 2006

Pada Tabel ... di atas nampak margin yang paling besar di terima oleh pedagang pengumpul hal ini menandakan bahwa harga pemasaran pada tingkat nelayan rendah tingginya harga jual di tingkat pedagang pengumpul di karenakan besarnya biaya yang harus di keluarkan, sehingga untuk menutupi biaya yang besar tersebut serta untuk memperoleh keuntungan maka harga jual menjadi lebih tinggi. Hal ini sesuai dengan pernyataan Doweny dan Erikson (1992) bahwa biaya pemasaran yang sebenarnya hanya menunjukkan bagian dari pembayaran konsumen yang diperlukan untuk menutupi biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran,

Sedangkan nilai margin terendah diperoleh oleh pedagang pengecer sebesar Rp 5.403/Kg hal ini di sebabkan oleh jumlah volume produksi ikan segar yang di pasarkan tidak terlalu banyak sedangkan besarnya margin pemasaran tataniaga untuk pedagang besar diperoleh margin sebesar 6.096 tidak terlalu besarnya margin yang di peroleh oleh pedagang besar karena di sebabkan oleh tingginya biaya transportasi yang di keluarkan pedagang besar dalam memasarkan ikannya. Hal ini

sesuai dengan pernyataan Hanafiah dan Saefuddin (1993) bahwa kegiatan pemasaran dalam menyampaikan barang dari produsen akan membutuhkan biaya tinggi di mana biaya tersebut berpengaruh terhadap harga pada tingkat produsen saluran pemasaran yang panjang biasanya memperbesar margin pemasaran dan ini menjadi bahan bagi konsumen.

5.5.3 Analisis Keuntungan Pemasaran

Keuntungan yang diperoleh pada setiap jenis ikan menunjukkan tingkat keberhasilan setiap lembaga pada tingkat penjualannya. Perbedaan Harga disebabkan adanya tambahan harga yang merupakan keuntungan yang diperoleh dari biaya-biaya yang dikeluarkan setiap lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran ikan segar. Adapun besarnya keuntungan pemasaran yang diperoleh setiap lembaga pemasaran ikan segar di Kabupaten Maros dapat di lihat pada tabel 20 berikut

Tabel 22. Tingkat Keuntungan (π) Lembaga Pemasaran Ikan Segar Di Kabupaten Maros

No	Lembaga Pemasaran	Keuntungan (rp/Kg)
1.	Produsen	4.310
2.	Pedagang Pengumpul	5.187
3.	Pedagang Besar	4.950
4.	Pedagang Pengecer	5.003
	Rata-rata	4.863

Sumber. Data Primer Yang Telah Diolah, 2006

Pada Tabel 2 di atas dapat di lihat bahwa lembaga tataniaga yang memiliki tingkat keuntungan yang cukup tinggi di peroleh oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 5.107/Kg hal ini di sebabkan oleh rendahnya harga pembelian ikan segar yang dilakukan terhadap nelayan dan keuntungan terendah di peroleh oleh lembaga

tataniaga ikan segar pada produsen ini disebabkan oleh rendahnya harga jual kan yang di brikan kepada pedagang pengumpul .

Adapun presentase perbandingan antara biaya yang di dikeluarkan tiap lembaga tataniaga dengan keuntungan yang di perolweh dari masing-masing lembaga tataniaga dapat di lihat pada tabel 22 di bawah ini.

Tabel 22. Persentase Antara Biaya Yang Di Keluarkan Dengan Keuntungan Masing-Masing Lembaga Tataniaga

No	Lembaga Pemasaran	Biaya Rata-rata (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/kg)	Presentase (%)
1.	Produsen	697	4.310	16,20%
2.	Pedagang Pengumpul	1.115	5.187	21,50%
3.	Pedagang Besar	1.146	4.950	23,20%
4.	Pedagang Pengecer	567	5.003	11,33%
	Rata-rata	789	4.863	16,22%

Sumber. Data Primer Yang Telah Diolah, 2006

Pada tabel 22 di atas dapat di lihat bahwa presentase antara biaya yang di dikeluarkan dan keuntungan yang di peroleh lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses penyaluran ikan segar di kabupaten Maros terdapat pada lembaga pedagang besar di mana presentase yang di peroleh sebesar 23,20 % sedangkan presentase terkecil di peroleh pada lembaga pedagang pengecer sebesar 11,33%.

5.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Margin Tataniaga Ikan Segar

Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel-variabel yang di duga mempengaruhi margin tataniaga ikan segar yang meliputi 1) Volume Produksi pada tingkat pedagang 2) Harga rata-rata di tingkat pedagang dan 3) Jarak pasar yang di analisa dengan regresi linier berganda dan selanjutnya dengan analisa varians maka di peroleh hasil yang tertera pada tabel berikut.

Tabel 24. Hasil Analisa Pengaruh Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Tak Bebas

Variabel	Koefisien Regresi
X1	- 0,0154
X2	- 0,0225
X3	62,573
Konstanta	5884,708

Sumber Data Primer Setelah Diolah, 2006

Dari hasil perhitungan di peroleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 5884,708 - 0,0154 X_1 - 0,0225 X_2 + 62,573 X_3$$

Di mana ; Y merupakan margin tataniaga

X1 merupakan volume produksi (Kg)

X2 merupakan harga rata-rata pemasaran ikan segar (Rp)

X3 merupakan jarak pemasaran ikan segar

Angka-angka dari persamaan di atas dapat di interpretasikan sebagai berikut $b_1 = 0,0154$ artinya jika X2 dan X3 konstan maka kenaikan X2 sebesar 1 satuan mengurangi kenaikan margin (Y) sebesar 0,0154 artinya jika harga rata-rata di tingkat pedagang pengecer dan jarak pasar tetap maka kenaikan volume produksi di tingkat pedagang pengecer sebesar 1 kg akan mengurangi margin sebesar - 0,0154, $b_2 = - 0,0225$ artinya jika X1 dan X3 konstant maka kenaikan X2 sebesar 1 satuan mengurangi kenaikan margin Y sebesar -0,0225 artinya jika volume produksi di tingkat pedagang pengumpul dan jarak pasar tetap maka kenaikan harga di tingkat pedagang pengecer sebesar 1/kg akan mengurangi margin sebesar -0,0225

$B_3 = 62,573$ artinya jika X_1 dan X_2 konstant maka kenaikan X_3 sebesar 1 satuan akan mengurangi kenaikan Y sebesar $- 62,573$ artinya jika volume di tingkat pedagang pengumpul dari harga di tingkat pengecer tetap maka kenaikan jarak sebesar 1 Km akan menaikkan margin sebesar $= 62, 573$

Untuk menguji koefisien regresi secara keseluruhan mengenai pengaruh dari ketiga variabel bebas (X) terhadap variabel tak bebas (Y) maka di gunakan Kriteria Uji F melalui analisa varians seperti pada tabel di bawah ini

Tabel 25. Analisis Sidik Ragam Pengaruh Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Tak Bebas

Sumber Keragaman	dF	Jumlah kuadrat	Rata-rata Kuadrat	F Hitung	F Tabel (0,05)
Regresi	3	5687252	1895750,633	3,981	1,645
Error	14	6667523	476251,646		
Total	17	12354775			

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2006

Dari Tabel diatas uji signifikan persamaan regresi dengan criteria uji F melalui Analisa Varians menunjukkan nilai-nilai F hitung $= 3,981$ sedangkan F Tabel pada taraf 95% (3) (17) $= 1,645$ dengandi naikkan volume produksi harga rata-rata dan jarak pasar berhubungan nyata dengan besar margin pada taraf $\alpha = 0,05$

Untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) secara terpisah terhadap Variabel Y untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel.

Tabel 26. Analisis Pengaruh Masing-Masing Variabel X terhadap Variabel Y

Variabel	T Hitung	T Tabel (0,05)
X_1	0,504	
X_2	0,761	
X_3	2,766	1,761

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2006

Pada Tabel diatas terlihat bahwa jarak pasar (X3) berpengaruh nyata terhadap margin tataniaga ikan segar. Hal tersebut dapat di lihat dari hasil yang diperoleh, dimana nilai t hitung variabel tersebut nilainya lebih besar dari t tabel. Pengaruh jarak tersebut dapat dilihat di mana 0,05 (3) (17) pada jarak 30 km margin yang diperoleh sebesar Rp 7,788/kg variabel tersebut memperlihatkan hubungan nyata terhadap margin tataniaga.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut ;

1. Pemasaran ikan segar hasil tangkapan dan budidaya tambak melalui dua saluran tataniaga

Produsen → Pedangan Pengumpul → Pedagang Pengecer →
Konsumen

Produsen → Pedangan Pengumpul → Pedagang Besar →
Pedagang Pengecer → Konsumen

2. Margin yang di terima tiap lembaga terbesar pada tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 6.303/Kg dan yang terkecil pada tingkat pedagang pengecer sebesar Rp 5.403/Kg..
3. Secara bersama-sama volume produksi harga rata-rata serta jarak pasar berhubungan nyata terhadap margin tataniaga secara sendiri-sendiri, volume produksi di tingkat pedagang pengumpul dan harga rata-rata di tingkat pengecer secara parsial memperlihatkan hubungan tidak nyata terhadap margin sedangkan jarak pasar memberikan pengaruh nyata terhadap margin.

6.2 Saran

Dalam rangka perbaikan sistem pemasaran hasil perikanan khususnya penentuan harga di tingkat nelayan di harapkan peran pemerintah agar nelayan terhindar dari permainan harga tengkulak dan harga yang sampai ke konsumen tidak terlalu tinggi

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, 1996. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Rajawali Press. Jakarta
- Boyd, 2000. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Beras Di Indonesia*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Downey dan Ericson, 1992. *Manajemen Agribisnis*. Terjemahan Rokhidayat dkk. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Firman A, 2006. *Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Ikan Kering Di Kota Makassar*. Skripsi FIKP. Universitas Hasanuddin Makassar
- Gitosodarmo, 1994. *Manajemen Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta
- Hadiwijoto, 1993. *Tehnologi Pengolahan Hasil Perikanan*. Liberti. Jakarta
- Hanafiah, A. M. dan Saefuddin, A. M. 1996. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Hasanuddin. Jakarta
- Hutabarat dan Evans, 1993. *Pengantar Oceanografi*. Universitas Indonesia Press. Jakarta
- Kadir, 1993. *Aspek-aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Kotler, P, 1993. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. PT. Glora Asmara Pratama. Jakarta
- _____, 1997. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*. Terjemahan Hendra dkk. Penerbit Erlangga. Jakarta
- _____, 2000. *Marketing Manajemen (millenium Edition)*. Prentico Hall Inc. USA
- Made, S, 1994. *Studi Pemasaran Ikan Kerapu (Ephinephelus spp) Hidup Segar dan Olahan Di Sulawesi Selatan*, Unhas. Makassar
- Mubyarto, 1991. *Pengantar Ekonomi Pertanian Edisi Ketiga LP3ES*. Jakarta
- Nontji, A, 2002. *Laut Nusantara*. Djambatan. Jakarta

- Pasaribu A,M, Sania Saenog dan Abd Gaffar Tahir; 2001. *Kajian Penelusuran Tataniaga Komoditas Jagung*. Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. Departemen Pertanian, Bogor
- Rasyaf. 1996. *Agribisnis Perikanan*. PT Penebar Swadaya. Jakarta
- Suparmoko, 1990. *Ilmu Usaha Tani*, Penerbit Alumni. Bandung
- Supranto. 1994. *Analisis Margin Tataniaga*.Liberti. Jakarta
- Soekartawi, 1993. *Analisis Usaha Tani*.Universitas Indonesia Press. Jakarta
- Swastha, B. 1993. *Saluran Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta
- _____. 1999. *Saluran Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta
- Winardi. 1993. *Manajemen Tataniaga dan Pemasaran*. Liberti. Jakarta