

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin et al., 2016. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Aliyas, Ndobe, S., & Ya'la, Z. R. (2016). Pertumbuhan Dan Kelangsungan Hidup Ikan Nila (*Oreochromis sp.*) Yang Dipelihara Pada Media Bersalinitas. *Jurnal Akuakultur ndonesia*, 5 (1): 19
- Amallya,et al,2020, Pengaruh Lama Perendaman Bubuk Besi Terhadap Hasil Tangkapan Ikan Nila di Danau Kerinci Provinsi Jambi . *Akuatik Jurnal Sumberdaya Perairan* Volume 14 Nomor 1 Tahun 2020
- Anwar, 2012.Modal Usaha ikan Gesit (online) : <http://jenis-modal-usaha-budidaya-ikan>, (diakses pada tanggal 25 Januari 2018)
- Arzad. 2019. Pengaruh Padat Tebar Terhadap Pertumbuhan Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) Dalam Sistem Akuaponik. *Jurnal Median* VOL. 11 NO. 2
- Batuwel et al. 2019. Metode Transportasi Pada Distribusi Ikan di Pelabuhan Perikanan Sulawesi Utara. *Jurnal Matematika dan Aplikasid Cartesia* NISSN:2302-4224
- Brown K, Tompkins E, and Adger WN. 2021. *Trade-off Analysis for Participatory Coastal Zone Decision-Making*. Norwich: Overseas Development Group, in collaboration with the Centre for Social and Economic Research on the Global Environment, University of East Anglia.
- Bunkar. K., Shyam Datta Waghmare, And Chetan Kumar Garg. 2022. Supply Chain Management In Fisheries And Its Challenges. 1 Icar-Central Institute Of Fisheries Education, Versova, Mumbai. Just Agriculture Multidisiplinary E- Newsletter. Vol.2 Issue-8,.E-Issn: 2582-8223
- Chakraborty A ,Banerjee S, Gupta M, Roy A, and and Ray Chaudhuri S .2018. 'Ramie (*Boehmeria nivea*) Gum : A Natural Feed to Sustain and Stimulate the Growth of Bacteria', *Journal of Bacteriology and Mycology*, 5(2), pp. 2– 4.
- Damai et al. 2020. Analisis Prospektif Partisipatif Dalam Pengelolaan Wilayah Pesisir Teluk Lampung. *Forum Pascasarjana* Vol. 34 No. 4 Oktober 2020:281-296
- Darsono, 2012. Potensi Ikan Gesit. Penebar Suadaya.Jakarta
- Dewanti et al. 2019. Kepadatan Stok Ikan Demersal Menggunakan Alat Tangkap Dogol Di Kabupaten Pangandaran. *Albacore* P-ISSN 2549-1326, E-ISSN 2655-559X Volume 3, No 3, Oktober 2019 Hal 241-248
- Dongoran.2017. Analisis Pemasaran Ikan Nila Tambak (*Oreochromis Niloticus*) (Studi Kasus : Desa Percut Dan Desa Tanjung Rejo Kec. Percut Sei Tuan Kab. Deli Serdang). Medan : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

- Durance P and Godet M. 2020. Scenario building: uses and abuses. *Technological Forecasting & Social Change* 77: 1488-1492.
- Fawzi et al. 2022. Strategi Pemasaran : Konsep,Teori dan Implementasi. Tangerang : Pascal Books.
- Fedra K. 2014. Coastal zone resource management: tools for a participatory planning and decision making process. *Littoral*, September 2004: 20-22.
- Ferdian et al. 2022. Analisis Permintaan Ikan Lele (*Clarias gariephinus*) Konsumsi di Kecamatan Losarang Kabupaten Indramayu. *Jurnal Perikanan dan Kelautan* Vol.3 No.4, Desember 93-98
- Godet M. 2020. Future memories. *Technological Forecasting & Social Change* 77: 1457-1463.
- Gumilang et al. 2014. Pola Distribusi Dan Teknologi Pengelolaan Hasil Tangkapan Pelabuhan Perikanan Di Wilayah Pantura Jawa. *Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan* Vol. 5 No. 1
- Hasrianti et al. 2020. Studi Proses tertangkapnya Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) pada alat Tangkap Jaring Insan. *Jurnal IPTEKS PSP*. Vol. 7 (14) Oktober 2020: 127–135 P-ISSN: 2355-729X
- Indrawati. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ikan Hias Di Pasar Hobi Kota Makassar. Skripsi. Sosial Ekonomi Perikanan. Universitas Hasanuddin
- Irawan F.W dan Soedjono.N. Sudjono. 2021. Pemasaran, Prinsip dan Kasus. BPFE. Yogya
- Iriani R,2014. Analisis usaha budidaya ikan air tawar. Penerbit aksara. Jakarta
- Irwandi et al. 2015. Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Usaha Pembesaran Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*) Di Desa Mekar Mulya Kecamatan Penarik Kabupaten Mukomuko. *AGRISEP* Vol 15 No. 2 September 2015 Hal: 237 – 253
- Jauhari, A. (2021). Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Pada Direktorat Jenderal Perbendaharaan. *Journal of Accounting*, 44(1), i–Vi
- Jumiati, Elly et al. 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal AGRIFOR*.Vol.XII No.1, Maret 2013. Kalimantan Timur
- Kholik N., L. B. Hasiholan dan A. Fathoni. 2018. Analysis of Marketing Channels on The Contribution of Farmer Share of Sweet Potato Products with The Determination of Value Chain Value in Rural Village Bergas Kidul Kabupaten Semarang. *Journal of Management*. 4(4): 1-9.

- Kodrat. 2020, Manajemen Distribusi Old Distribution And Postmo Distribution Channel Approach (Yogyakarta: Graha Ilmu,)
- Latif Dkk 2019. Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap terhadap Kinerja Karyawan
- Lubis, A., Muhammad Akbar Siregar, Maksyurni Syahri Lubis & Andre Hasudungan Lubis. 2019. Does Information Technology Help Fish Marketing? A Review For A Preferability Fish Marketing In North Sumatera, Indonesia. *International Journal Of Science And Business. Volume: 3, Issue: 4 Page: 105-115*
- Mahmud dkk, 2021. Prospects of Fisheries Industry Development in Indonesia Through Online Publication Media. *International Journal of Applied Biology, 5(2),*
- Mankiw, N. G., Quah, M., & Wilson, P. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro (Edisi Asia). Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Maraja et al. 2017. Penanganan Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*) Hidup Dengan Menggunakan Es Sebagai Pengawet. *Jurnal Media Teknologi Hasil Perikanan Vol. 5, No. 3*
- Masyhuri. 2017. Metodologi Riset Manajemen Pemasaran. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Meldasari.2018. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Nila di Desa Kupang Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan (Studi Kasus Pada Kelompok Perikanan Kupang Maju). *Rawa Sains: Jurnal Sains STIPER Amuntai, Juni 2018, 8(1), 32-40. Rawa Sains: Jurnal Sains STIPER Amuntai, Juni 2018, 8(1), 32-40.*
- Muhammad, A. 2021. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Warkop Di Kota Makassar. Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin
- Mujab Hang Suryanto. , 2016. Sistem Operasional Manajemen Distribusi (Jakarta: PT. Gramedia
- Muslimin. 2021. Analisis Permintaan Ikan (Studi Kasus di Desa Semparuk Kecamatan Semparuk). *Jurnal of Nekton Vol 1 No 1 Maret 2021: hal 28 - 35 ISSN 2776-2734*
- Nadir & Mutmainnah. 2018. Analisis Usahatani Perikanan Nelayan Patorani. CV Inti Mediatama, Makassar
- Nainggolan, Rahmantya, K. F., Asianto, A. D., Wibowo, D., Wahyuni, T., Zunianto, A., Ksatria, S. P., & Malika, R. (2019). Kelautan dan Perikanan Dalam Angka Tahun 2018 (Marine and Fisheries in Figures 2018). In *Marine and Fisheries in Figures 2018*. Pusat Data, Statistik dan Informasi.
- Ningsih. (2020). *Kajian Usaha Budidaya Kepiting Bakau (Scylla Spp) Di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone*. Universitas Hasanuddin
- Nugraha,Hasbu R dan Masita R,N. 2019 Panduan Lengkap Manajemen Distribusi Mendalami Strategi Distribusi Untuk Menhadapi Persaingan Di Era 4.0 Yogyakarta: Quadrant,

- Nurkholis., Khusaini.M., 2019. Penganggaran Sektor Publik. Malang:UB Press
- Purwanti.2017. Pola Distribusi Ikan Tenggiri Batang di Pelabuhan Perikanan Nusantara(PPN) Sungai Liat. Jakarta : Universitas Terbuka
- Puspasari et al. 2013. Strategi Pengembangan Agribisnis Kentang Berbasis Sumber Daya Manajemen di Kabupaten Banjarnegara. Manajemen IKM, September 2013 (190-198) Vol. 8 No. 2 ISSN 2085-8418
- Putra, H. W., Ediyanto. 2017. Sistem Dan Analisis Pemasaran Ikan Pelagis Di Tempat Pelelangan Ikan Muara Angke, Jakarta Utara. Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perairan Fpik Usni. Jurnal Satya Minabahari, 03 (01), 2017, 26-34
- Putri A. 2017. Peluang besar Indonesia jadi pemain utama udang dunia. TROBOS Aqua., 119(10): 66-67.
- Rabbani.2021. Analisis Efisiensi Rantai Pemasaran Ikan Nila (Suatu Kasus di Desa Ciawang Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya). Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH Volume 8, Nomor 2, Mei 2021 : 575-587
- Rahmawati. 2020. Analisis Permintaan Ikan Laut di Kabupaten Rembang. Surakarta : Universitas Sebelas Maret
- Ridwan H,A.2016.Manajemen Baitul Mal wa Tamwil. Bandung: Pustaka Setia.
- Rosyida, Suherman. 2016. Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Rosyidi S. 2014. Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Rozalinda. 2014. Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rumuar, J. 2021. Manajemen Usaha Pembesaran Ikan Nila (Studi Kasus Usaha Pak Saptir di Kelurahan Kalibajeng Kec, Bajeng Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan). Makassar : Universitas Bosowa
- Saiful Mujab. 2014 Peluang Usaha Budidaya Ikan Air Tawar. Agromedia pustaka, Depok.
- Saleh. 2020. Prospek Kelayakan Pengembangan Budidaya Ikan Nila di Kecamatan Sinjai Borong Kabupaten Sinjai. Tesis Universitas Bosowa Selatan. *Enviroscienteae* Vol. 12 No. 2, Agustus 2016 Halaman 137-143
- Salmiyah, N. (2022). *Analisis Pendapatan Usaha Budidaya Polikultur Ikan Bandeng (Chanos chanos), Udang Windu (Panaeus monodon) dan Rumput Laut (Glacilaria sp.) di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan*. Universitas Hasanuddin
- Salpidata, H. 2021. Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Berbahan Ikan Tuna Dengan Sistem Pemasaran Online. Skripsi. Sosial Ekonomi

- Perikanan. Universitas Hasanuddin
- Setiyanto. 2016. Pengaruh Perbedaan Ukuran Mesh Size Dan Hanging Ratio Serta Lama Perendaman Jaring Insang (Gill Net) Terhadap Hasil Tangkapan Ikan Red Devil (*Amphilophus Labiatus*) Di Waduk Sermo, Kulonprogo. *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology* Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Hlm 19 –26
- Sofijanto, M. A. (2021). *Pengantar Ilmu Perikanan*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Susanto, A. 2015. *Budidaya Ikan Nila* Yogyakarta: Pustaka Baru
- Suyanto, S.R. (2019). *Ikan Nila*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Syafriadi. 2016. Pengaruh Selera Dan Pendapatan Pelanggan Terhadap Kemampuan Beli Pelanggan Di Restoran Mcdonald's Kualanamu Sumatra Utara. *Jurnal Ilmiah Research Sains*. 2(2): 1–13.
- Tampubolon dan maruanaya. 2022. Analisis Probiotik Terhadap pertumbuhan Dan Kelangsungan Hidup Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*) Di Fakultas Perikanan Dan Kelautan Universitas Satya Wiyata Mandala. *TABURA Jurnal Perikanan dan Kelautan* Volume 3. No 1. Maret
- Tenriaruwaty. 2020. Analisis Usaha Ikan Nila Di Kelurahan Balakia Kabupaten Sinjai. *Jurnal Agrominansia*, 5 (1) Juni 2020. ISSN 2527 – 4538
- Ufat, *et.al.* 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ikan Di PPI Kota Kendari. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*. Vol. 2. No. 1. Hh : 27-35
- Ulfa, R. 2020. Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. ISSN : 2685-6115, Hh : 342–351.
- Unget. D., Emmy Sri Mahreda And Emmy Lilimantik. 2020. Marketing Analysis Of Siamese Catfish (*Pangasius Hypophthalmus*) In The Kuala Kapuas Fish Market, Kapuas District, Central Kalimantan Province. *International Journal Of Agriculture, Environment And Bioresearch* Vol. 5, No. 02; 2020 Issn: 2456-8643
- Vionalitas, 2020. *Stakeholder Methodologies in Natural Resource Management, Socioeconomic Methodologies, Best Practice Guidelines*. Chatham, UK: Natural Resources Institute
- Yuliara, I. M. 2016. *Regresi Linear Berganda*. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Universitas Udayana
- Yuliyarabihati dkk. 2016. Analisis Pemasaran Dan Distribusi Ikan Nila Segar (*Oreochromis Niloticus*) Di Pasar Bauntung Banjarbaru Provinsi Kalimantan

- Zulhardi,A. 2020. MANAJEMEN USAHA PEMBESARAN IKAN NILA (Studi Kasus Usaha Pak Saptir di Kelurahan Kalibajeng Kec, Bajeng Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan). Pekanbaru : Universitas Islam Riau
- Zuriat. Y., M. Rizal, M. Ghazali & Sabar Yuliana. 2021. Supply Chain Model Of Capture Fisheries For Food Security In The Time Of The Covid-19 Pandemic For Inland Communities Of West Aceh Regency. Fisheries And Marine Science Department, Universitas Teuku Umar. *The International Journal Of Social Sciences*. Vol. 2, Issue. 2. E-Issn: 2746-4393

**L
A
M
P
I
R
A
N**

**Lampiran 1. Data Umum Responden
Lembaga Pemasaran**

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Alamat	Pendidikan Terakhir	Ket
1	Awaluddin	35	Laki-Laki	Ganra	SMA	Pembudidaya
2	Mastang	29	Laki-Laki	Ganra	SMP	Pembudidaya
3	Sarifuddin	40	Laki-Laki	Ganra	SMP	Pembudidaya
4	Hasan	57	Laki-Laki	Lilirilau	SD	Pembudidaya
5	Burhan	29	Laki-Laki	Lilirilau	SMA	Pembudidaya
6	Dermawan	34	Laki-Laki	Lilirilau	SMA	Pembudidaya
7	wandi	27	Laki-Laki	Liliriaja	SMA	Pembudidaya
8	Nurfadillah	25	Perempuan	Liliriaja	S1	Pembudidaya
9	Muh.Faisal	25	Laki-Laki	Liliriaja	S1	Pembudidaya
10	Iwan	31	Laki-Laki	Liliriaja	SMP	Pembudidaya
11	Ardi	29	Laki-Laki	Lalabata	SMA	Pembudidaya
12	Muhajirin	30	Laki-Laki	Lalabata	SMA	Pembudidaya
13	Yusri	27	Laki-Laki	Lalabata	S1	Pembudidaya
13	Baharuddin	56	Laki-Laki	Marioriwawo	SMA	Pembudidaya
14	Rijal	34	Laki-Laki	Marioriwawo	SMA	Pembudidaya
15	Hendrawati	31	Laki-Laki	Marioriwawo	SMA	Pembudidaya
16	Maswedi	60	Laki-Laki	Marioriwawo	SD	Pembudidaya
17	Abdul rahman	43	Laki-Laki	Citta	SMA	Pembudidaya
18	Yusri	30	Laki-Laki	Citta	SMP	Pembudidaya
19	Ahmad Tahim	47	Laki-Laki	Citta	SMA	Pembudidaya
20	Jumeing	50	Laki-Laki	Donri-Donri	SMA	Pembudidaya
21	Syarifudding mori	45	Laki-Laki	Donri-Donri	SMP	Pembudidaya
22	A.Sudirman	29	Laki-Laki	Donri-Donri	S1	Pembudidaya
23	Abdullah laumu	51	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Pembudidaya
24	Arman	28	Laki-Laki	Marioriawa	S1	Pembudidaya
25	Cica parni	26	Perempuan	Marioriawa	S1	Pembudidaya
26	Nawar	37	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Pembudidaya
27	Parming	41	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Pembudidaya
28	ASRI	45	Laki-Laki	Donri-donri	SMA	Nelayan
29	ASRIADI	29	Laki-Laki	Donri-donri	SMA	Nelayan
30	ASRIYADI	51	Laki-Laki	Donri-donri	SD	Nelayan
31	BABA	28	Laki-Laki	Donri-donri	SMP	Nelayan
32	BADARUDDIN	26	Laki-Laki	Donri-donri	SMA	Nelayan
33	BAHARUDDIN	25	Laki-Laki	Donri-donri	SMA	Nelayan
34	RUSTAM	25	Laki-Laki	Donri-donri	SMP	Nelayan
35	RUSTANG	31	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
35	SABTIAR	43	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Nelayan

36	SAFE	30	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Nelayan
37	TARIMA YUSUF	47	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
38	USMAN	50	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
39	LATANG	45	Laki-Laki	Marioriawa	SD	Nelayan
40	LAUPE	29	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Nelayan
41	LAWADENG ADAMA	31	Laki-Laki	Marioriawa	SD	Nelayan
42	LUKMAN	29	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
43	MANDONG	30	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
44	MASSE	27	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Nelayan
45	FERDI	56	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
46	HASBULLAH	34	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
47	HENRIK	29	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Nelayan
48	ZAINUDDIN	40	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
49	ANDI TENRI	57	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
50	MARDIHANG	29	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
51	SUTRI	34	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
52	MUH. ARIPAI	27	Laki-Laki	Marioriawa	SD	Nelayan
53	SAMSUDIN	30	Laki-Laki	Marioriawa	SD	Nelayan
54	MUH. ALI MUDDIN	47	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
55	MUZAKKIR	50	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
56	NOLONG	45	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
57	PANJANG	34	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
58	RADI	31	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Nelayan
59	RAHIM	60	Laki-Laki	Marioriawa	SD	Nelayan
60	LA KUFE	25	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Nelayan
61	LABABA	31	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
62	LAMANISE	29	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Nelayan
63	Diana	29	Perempuan	Marioriawa	SD	Pedangan Pengumpul
64	Taufan	31	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Pedangan Pengumpul
65	Jamaluddin	29	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Pedangan Pengumpul
66	Rahmatia	30	Perempuan	Donri-Donri	SMA	Pedangan Pengumpul
66	SYAMSUDDIN	27	Laki-Laki	Marioriwawo	SMP	Pedagang pengecer
66	UDIANSYAH	39	Laki-Laki	Marioriwawo	SMP	Pedagang pengecer
66	MASTURA	34	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Pedagang pengecer
74	MENCA	29	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Pedagang pengecer
75	KASTUDI	31	Laki-Laki	Marioriawa	SMA	Pedagang pengecer
76	LA DALANG	27	Laki-Laki	Marioriawa	SD	Pedagang pengecer
77	LABABA	47	Laki-Laki	Marioriawa	SMP	Pedagang pengecer
78	LUKMAN	50	Laki-Laki	Marioriawa	SD	Pedagang pengecer
79	MAHYUDDIN	45	Laki-Laki	Donri-Donri	SMA	Pedagang pengecer
80	MODDING	34	Laki-Laki	Donri-Donri	SMA	Pedagang pengecer

81	MUH. NUR	31	Laki-Laki	Donri-Donri	SMP	Pedagang pengecer
82	ASIS	50	Laki-Laki	Kampiri	SMA	Pedagang pengecer
83	ASRIADI	25	Laki-Laki	Kampiri	SMA	Pedagang pengecer
84	BAHARUDDIN	31	Laki-Laki	Kampiri	SMP	Pedagang pengecer
85	BASA	29	Laki-Laki	Kampiri	SMA	Pedagang pengecer
86	BASRI	30	Laki-Laki	Kampiri	SMA	Pedagang pengecer
87	BASRI	27	Laki-Laki	Kampiri	SD	Pedagang pengecer
88	FERDI	36	Laki-Laki	Kampiri	SMA	Pedagang pengecer
89	HASBULLAH	34	Laki-Laki	Kampiri	SMP	Pedagang pengecer
90	HENRIK	27	Laki-Laki	Kampiri	SMA	Pedagang pengecer

Konsumen

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Alamat	Pendidikan Terakhir	Ket
1	Samsyah	49	perempuan	Marioriwawo	SMP	Konsumen
2	Fatmawati	33	perempuan	Marioriwawo	SMP	Konsumen
3	Marwati	50	perempuan	Marioriwawo	SMA	Konsumen
4	Herman	45	Laki-laki	Marioriwawo	SMA	Konsumen
5	Jumi	35	perempuan	Marioriwawo	SD	Konsumen
6	ulla	27	Laki-laki	Marioriwawo	Diploma	Konsumen
7	Jamaluddin	36	Laki-laki	Marioriwawo	SD	Konsumen
8	Isa	42	perempuan	Marioriwawo	SMA	Konsumen
9	kamariah	50	perempuan	Marioriwawo	SMA	Konsumen
10	Nur Auliati	23	perempuan	Marioriwawo	S1	Konsumen
11	sukma	30	perempuan	Marioriwawo	SMA	Konsumen
12	hj.Rasnawati	48	perempuan	Marioriwawo	SMA	Konsumen
13	A.Dinayati	25	perempuan	Marioriwawo	S1	Konsumen
14	A.Hj Erniwati	65	perempuan	Marioriwawo	SMA	Konsumen
15	kasma	55	perempuan	Marioriwawo	SMA	Konsumen
16	Wildana	40	perempuan	Liliriaja	Diploma	Konsumen
17	Saripah	52	perempuan	Liliriaja	SD	Konsumen
18	Lili	20	perempuan	Liliriaja	SMA	Konsumen
19	Nafisah	38	perempuan	Liliriaja	SMP	Konsumen
20	Macita	28	perempuan	Liliriaja	SMA	Konsumen
21	Arsyad	40	Laki-laki	Liliriaja	SMP	Konsumen
22	Hajerah	35	perempuan	Liliriaja	Diploma	Konsumen
23	Anto	52	Laki-laki	Liliriaja	SMP	Konsumen
24	Sarida	33	perempuan	Liliriaja	SMA	Konsumen
25	Hj.Asni	40	perempuan	Liliriaja	SMA	Konsumen
26	Longa	35	Laki-laki	Liliriaja	SD	Konsumen
27	Rahma	52	perempuan	Lilirilau	SMP	Konsumen
28	Sumardi	45	Laki-laki	Lilirilau	SD	Konsumen
29	Asnawati	25	perempuan	Lilirilau	S1	Konsumen
30	Besse	55	perempuan	Lilirilau	SMP	Konsumen

31	A.Marwiah	40	perempuan	Lilirilau	Diploma	Konsumen
32	Hj.Tina	52	perempuan	Lilirilau	SMA	Konsumen
33	Samsyul	50	Laki-laki	Lilirilau	SMA	Konsumen
34	Syahrul	30	Laki-laki	Lilirilau	S1	Konsumen
35	Hasna	36	perempuan	Lilirilau	SMA	Konsumen
36	Jumi	32	perempuan	Lilirilau	SMA	Konsumen
37	A. Sartika	55	perempuan	Lilirilau	SD	Konsumen
38	Linda	32	perempuan	Citta	Diploma	Konsumen
39	Risda	31	perempuan	Citta	SMP	Konsumen
40	Kahar	42	Laki-laki	Citta	Diploma	Konsumen
41	Callu	25	Laki-laki	Citta	SMA	Konsumen
42	Lamme	51	Laki-laki	Citta	SD	Konsumen
43	mardiah	40	perempuan	Citta	SMA	Konsumen
44	Munawarah	30	perempuan	Ganra	SMP	Konsumen
45	Asni	27	perempuan	Ganra	SMA	Konsumen
46	Eva	36	perempuan	Ganra	S1	Konsumen
47	Hasan	42	Laki-laki	Ganra	SMA	Konsumen
48	Umar	33	Laki-laki	Ganra	Diploma	Konsumen
49	Andar	25	Laki-laki	Ganra	S1	Konsumen
50	A.Syania	45	perempuan	Lalabata	SMA	Konsumen
51	dina	30	perempuan	Lalabata	SMA	Konsumen
52	Kammare	50	perempuan	Lalabata	SMA	Konsumen
53	Tola	42	Laki-laki	Lalabata	SMA	Konsumen
54	Gusnawati	37	perempuan	Lalabata	Diploma	Konsumen
55	Herman	25	Laki-laki	Lalabata	SMA	Konsumen
56	Anni	54	perempuan	Lalabata	SD	Konsumen
57	Aprilia	32	perempuan	Lalabata	SMA	Konsumen
58	Daliah	30	perempuan	Lalabata	SMA	Konsumen
59	Hj.Senna	46	perempuan	Lalabata	SMP	Konsumen
60	Laupe	61	Laki-laki	Lalabata	SMA	Konsumen
61	Salma	21	perempuan	Lalabata	S1	Konsumen
62	Suarni	30	perempuan	Lalabata	Diploma	Konsumen
63	Hj. Rosdiana	49	perempuan	Lalabata	SMA	Konsumen
64	Firman	25	Laki-laki	Donri-Donri	SMA	Konsumen
65	Hasnida	47	perempuan	Donri-Donri	SMP	Konsumen
66	Fatmawati masse	52	perempuan	Donri-Donri	SMP	Konsumen
67	Hj.Tassiah	56	perempuan	Donri-Donri	SMA	Konsumen
68	Masseppe	67	Laki-laki	Donri-Donri	SD	Konsumen
69	Agustina	28	perempuan	Donri-Donri	Diploma	Konsumen
70	Eda	32	perempuan	Donri-Donri	SMA	Konsumen
71	Fatmawati	29	perempuan	Donri-Donri	SMP	Konsumen
72	Salmia	39	perempuan	Donri-Donri	SMA	Konsumen
73	Muliati	40	perempuan	Donri-Donri	SMA	Konsumen
74	Nur Hidayah	26	perempuan	Donri-Donri	S1	Konsumen

75	Sawalia	24	perempuan	Donri-Donri	S1	Konsumen
76	Agustina	25	perempuan	Donri-Donri	SMA	Konsumen
77	Nurlailah	36	perempuan	Donri-Donri	SMP	Konsumen
78	Daharu	59	Laki-laki	Donri-Donri	SD	Konsumen
79	Jusniar	45	perempuan	Marioriawa	SMP	Konsumen
80	Jusmawang	57	Laki-laki	Marioriawa	SMA	Konsumen
81	Kasnani	33	perempuan	Marioriawa	S1	Konsumen
82	Asri	25	Laki-laki	Marioriawa	SMA	Konsumen
83	Agus	45	Laki-laki	Marioriawa	SMA	Konsumen
84	Nafisah	22	perempuan	Marioriawa	S1	Konsumen
85	Macita	55	perempuan	Marioriawa	SMA	Konsumen
86	Arsyad	40	Laki-laki	Marioriawa	SMA	Konsumen
87	Hajerah	47	perempuan	Marioriawa	SMA	Konsumen
88	Anto	30	Laki-laki	Marioriawa	SMA	Konsumen
89	Sarida	47	perempuan	Marioriawa	Diploma	Konsumen
90	Misriani	40	perempuan	Marioriawa	SMA	Konsumen
91	Rosma	47	perempuan	Marioriawa	SD	Konsumen
92	Sudarmin	21	Laki-laki	Marioriawa	SMA	Konsumen
93	Novi	31	perempuan	Marioriawa	SMA	Konsumen
94	Marwati	52	perempuan	Marioriawa	SMP	Konsumen
95	Emmang	32	Laki-laki	Marioriawa	SMA	Konsumen
96	Hj.Salafia	56	perempuan	Marioriawa	SMP	Konsumen

Lampiran 2. Permintaan dan Penawaran Ikan Nila di Kabupaten Soppeng

Tahun	Permintaan	Penawaran
2018	770	780,63
2019	850	849,63
2020	1080	1077,45
2021	1300	1268,44
2022	1600	1580,03

Lampiran 3. Jumlah Pembudidaya berdasarkan Saluran Pemasaran

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran	Jumlah
Pembudidaya	1	22
	2	5
Nelayan	1	27
	2	9

**Lampiran 4. Biaya Pemasraan Ikan Nila di Kabupaten Soppeng
Pembudidaya**

SALURAN I						
No Responden	Transportasi	Tenaga Kerja	Pengemasan	Total biaya Pemasaran	Jumlah (Kg)	Biaya Pemasaran
1	10.000	5.000	10.500	25.500	500	51,00
2		5.000	11.000	11.000	200	55,00
3		5.000	10.500	10.500	100	105,00
4		5.000	10.500	10.500	150	70,00
5		5.000	11.000	11.000	100	110,00
6		5.000	10.500	10.500	200	52,50
7		5.000	11.000	11.000	200	55,00
8		5.000	10.500	10.500	150	70,00
9	7.000	5.000	10.500	17.500	700	25,00
10		5.000	11.000	11.000	800	13,75
11		5.000	10.500	10.500	150	70,00
12		5.000	10.500	10.500	200	52,50
13		5.000	10.500	10.500	200	52,50
13	5.000	5.000	10.500	15.500	400	38,75
14		5.000	11.000	11.000	200	55,00
15		5.000	10.500	10.500	200	52,50
16		5.000	10.500	10.500	550	19,09
17	7.500	5.000	11.000	18.500	500	37,00
18	5.000	5.000	10.500	15.500	300	51,67
19		5.000	11.000	11.000	100	110,00
20		5.000	11.000	11.000	150	73,33
21		5.000	10.500	10.500	100	105,00
22		5.000	11.000	11.000	100	110,00
TOTAL	34.500	115.000	246.000	285.500	6.250	1.435

SALURAN I						
No Responden	Transportasi	Tenaga Kerja	Pengemasan	Total biaya Pemasaran	Jumlah (Kg)	Biaya Pemasaran
23		5.000	10.500	10.500	150	70,00
24	10.000	5.000	11.000	21.000	450	46,67
25	7.000	5.000	10.500	17.500	200	87,50
26		5.000	11.000	11.000	150	73,33
27		5.000	10.500	10.500	150	70,00
TOTAL II	17.000	25.000	53.500	70.500	1.100	348

Nelayan

SALURAN I						
No Responden	Transportasi	Tenaga kerja	Pengemasan	Total biaya Pemasaran	Jumlah	Biaya Pemasaran
28	20.000	3.000	11.000	34.000	1350	25,19
29	25.000	4.000	10.500	39.500	900	43,89
29	50.000	3.000	10.500	63.500	1350	47,04
30	20.000	3.000	11.000	34.000	1350	25,19
31	20.000	3.000	10.500	33.500	810	41,36
32	25.000	4.000	11.000	40.000	1350	29,63
33	25.000	3.000	11.000	39.000	1350	28,89
34	20.000	3.000	10.500	33.500	1170	28,63
35	20.000	4.000	11.000	35.000	720	48,61
36	25.000	4.000	10.500	39.500	1170	33,76
37	25.000	3.000	11.000	39.000	1350	28,89
38	25.000	4.000	11.000	40.000	720	55,56
39	25.000	3.000	10.500	38.500	1170	32,91
40	25.000	3.000	11.000	39.000	1350	28,89
41	25.000	3.000	11.000	39.000	810	48,15
42	20.000	4.000	10.500	34.500	1170	29,49
43	20.000	3.000	11.000	34.000	720	47,22
44	25.000	4.000	10.500	39.500	1170	33,76
45	25.000	3.000	10.500	38.500	720	53,47
46	50.000	3.000	11.000	64.000	450	142,22
47	25.000	4.000	11.000	40.000	720	55,56
48	25.000	3.000	10.500	38.500	1170	32,91
49	20.000	3.000	11.000	34.000	1350	25,19
50	25.000	3.000	11.000	39.000	810	48,15
51	25.000	4.000	10.500	39.500	1170	33,76
52	20.000	4.000	11.000	35.000	720	48,61
53	50.000	3.000	11.000	64.000	1350	47,41
54	25.000	3.000	10.500	38.500	450	85,56
55	50.000	4.000	11.000	65.000	450	144,44
TOTAL	780.000	98.000	313.000	1.191.000	29.340	1.374

SALURAN I						
No Responden	Transportasi	Tenaga kerja	Pengemasan	Total biaya Pemasaran	Jumlah	Biaya Pemasaran
56	25.000	4.000	11.000	40.000	1170	34,19
57	50.000	3.000	11.000	64.000	1350	47,41
58	25.000	3.000	10.500	38.500	720	53,47
59	25.000	4.000	11.000	40.000	1170	34,19
60	20.000	3.000	11.000	31.000	1350	22,96
61	25.000	3.000	10.500	38.500	720	53,47
62	20.000	3.000	11.000	34.000	1350	25,19
TOTAL	190.000	23.000	76.000	286.000	7.830	271

Pedagang Pengumpul

SALURAN II						
No Responden	Transportasi	Tenaga kerja	Pengemasan	Total biaya Pemasaran	Jumlah	Biaya Pemasaran
63	350.000	100.000	300.000	750.000	3600	208,33
64	300.000	150.000	240.000	690.000	2200	313,64
65	250.000	120.000	300.000	670.000	2300	291,30
66	300.000	100.000	250.000	650.000	2400	270,83
	1.200.000	470.000	1.090.000	2.760.000	10.500	1.084

Pedagang Pengecer

SALURAN II						
No Responden	Transportasi	Tenaga kerja	Pengemasan	Total biaya Pemasaran	Jumlah	Biaya Pemasaran
67	70.000	50.000	150.000	270.000	1500	180,00
68	70.000	35.000	100.000	205.000	900	227,78
69	65.000	50.000	120.000	235.000	500	470,00
70	70.000	35.000	150.000	255.000	1200	212,50
71	60.000	35.000	150.000	245.000	1250	196,00
72	70.000	35.000	120.000	225.000	900	250,00
73	70.000	50.000	120.000	240.000	450	533,33

74	65.000	50.000	120.000	235.000	1250	188,00
75	65.000	35.000	150.000	250.000	1500	166,67
76	70.000	50.000	100.000	220.000	900	244,44
77	70.000	50.000	150.000	270.000	1700	158,82
78	60.000	50.000	150.000	260.000	500	520,00
79	70.000	35.000	100.000	205.000	500	410,00
80	70.000	35.000	150.000	255.000	900	283,33
81	60.000	35.000	100.000	195.000	1100	177,27
82	70.000	50.000	150.000	270.000	800	337,50
83	65.000	50.000	100.000	215.000	1200	179,17
84	70.000	50.000	150.000	270.000	1350	200,00
TOTAL	1.210.000	780.000	2.330.000	4.320.000	18.400	4.935

Lampiran 5. Hasil Kuisisioner SPSS

No Responden	X1 Stok Ikan	X2 Harga	X3 Kualitas Ikan	X4 Permintaan	X5 Selera Konsumen	Y Distribusi Yang terbatas
1	4	5	4	5	5	5
2	3	4	3	4	4	5
3	3	5	4	5	5	4
4	4	4	3	4	4	3
5	4	4	3	5	5	5
6	3	5	4	5	5	5
7	4	4	3	3	3	4
8	3	5	2	5	3	3
9	4	5	3	5	4	3
10	3	4	2	5	5	5
11	4	4	4	5	5	3
12	3	5	3	5	4	4
13	4	4	3	5	3	5
14	3	5	4	4	3	4
15	4	4	3	5	4	3
16	4	5	3	4	3	3
17	3	4	4	5	3	4
18	4	4	3	4	4	3
19	3	5	2	4	3	3
20	4	4	3	5	2	4
21	4	5	4	4	3	3
22	3	5	4	5	4	4
23	4	4	3	5	3	3
24	3	4	4	5	3	3
25	4	5	3	5	4	4
26	3	5	3	4	4	3
27	4	4	4	5	3	3

28	4	5	3	5	4	3
29	3	4	2	4	3	4
30	3	5	3	5	4	3
31	4	5	4	4	3	2
32	3	4	4	5	4	3
33	3	4	3	4	3	4
34	4	5	4	4	4	3
35	3	4	3	5	3	3
36	4	5	2	4	4	4
37	3	4	3	5	4	4
38	3	5	4	5	3	3
39	4	4	4	4	4	3
40	3	4	3	4	3	4
41	3	5	4	5	4	3
42	4	4	4	5	4	2
43	3	5	3	4	3	3
44	4	5	3	5	4	5
45	3	4	4	4	3	5
46	3	5	3	5	4	4
47	4	4	4	4	3	3
48	3	5	3	5	4	5
49	3	5	3	4	4	5
50	4	4	4	4	3	4
51	3	4	3	5	4	3
52	4	5	3	4	3	3
53	3	4	4	5	4	5
54	3	5	3	5	3	3
55	4	4	4	4	4	4
56	3	5	3	4	3	5
57	3	4	3	5	4	5

58	4	5	3	5	3	4
59	3	4	2	4	3	3
60	4	4	3	4	4	5
61	3	5	2	5	3	5
62	3	4	4	5	4	4
63	4	5	3	4	3	3
64	3	4	3	5	3	3
65	3	5	4	5	4	5
66	4	4	3	4	3	3
67	3	4	3	5	3	4
68	4	5	4	4	4	5
69	3	4	3	4	3	5
70	3	5	2	5	4	4
71	4	5	3	3	3	3
72	3	4	4	4	3	5
73	4	5	4	3	3	5
74	3	4	3	5	3	4
75	3	4	4	4	4	3
76	4	5	3	5	3	3
77	3	4	3	4	4	5
78	3	5	4	4	3	3
79	4	4	3	5	3	4
80	3	5	2	3	4	5
81	4	5	3	3	3	5
82	3	4	2	4	3	4
83	3	5	4	4	4	3
84	4	4	3	5	3	5
85	3	5	3	5	4	5
86	4	5	4	4	3	4
87	3	4	3	4	3	3

88	3	5	7	5	3	5
89	4	4	8	3	3	4
90	3	4	7	3	4	3
91	3	5	8	5	3	4
92	4	4	7	4	4	5
93	3	5	6	4	2	3
94	4	4	6	5	3	4
95	3	5	7	5	4	5
96	3	4	10	4	3	3

Lampiran 6. Hasil SPSS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Selera Konsumen, Harga, Stok Ikan, Kualitas Ikan, Permintaan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Distribusi Terbatas

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 ^a	.264	.223	1.213

a. Predictors: (Constant), Selera Konsumen, Harga, Stok Ikan, Kualitas Ikan, Permintaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.460	5	9.492	6.446	.000 ^b
	Residual	132.530	90	1.473		
	Total	179.990	95			

a. Dependent Variable: Distribusi Terbatas

b. Predictors: (Constant), Selera Konsumen, Harga, Stok Ikan, Kualitas Ikan, Permintaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.804	3.752		5.279	.000
	Stok Ikan	-.654	.250	-.238	-2.617	.010
	Harga	-.718	.243	-.273	-2.952	.004
	Kualitas Ikan	-.137	.242	-.052	-.567	.572
	Permintaan	.343	.150	.212	2.291	.024
	Selera Konsumen	.395	.123	.293	3.220	.002

a. Dependent Variable: Distribusi Terbatas

Lampiran 7. Hasil Kuisiner APP

No	Variabel	A _i	3	2	1	0	1	2	3	A _j	Variabel
1	Dukungan pemerintah	A1	√					√		A2	Kualitas SDM
2	Kualitas SDM	A2		√					√	A3	Distribusi dan Rantai pasok
3	Distribusi dan Rantai pasok	A3	√						√	A4	Pemasaran Digital
4	Pemasaran Digital	A4	√					√		A5	Sertifikasi dan labelisasi
5	Sertifikasi dan labelisasi	A5		√						A6	Pemasaran berkelanjutan
6	Pemasaran berkelanjutan	A6	√			√				A7	Branding
7	Branding	A7				√				A8	Pemahaman Konsumen
8	Pemahaman Konsumen	A8		√				√		A9	Harga
9	Harga	A9			√					A10	Permintaan pasar
10	Permintaan pasar	A10		√			√			A11	Kualitas
11	Kualitas	A11				√				A12	Kerja sama antar Pelaku usaha
12	Kerja sama antar pelaku usaha	A12			√		√			A1	Dukungan pemerintah

Lampiran 8. Pengaruh Suatu Variabel terhadap Variabel lainnya

	Dukungan pemerintah	Kualitas SDM	Distribusi dan Rantai pasok	Pemasaran Digital	Sertifikasi dan labelisasi	Pemasaran berkelanjutan	Branding	Pemahaman Konsumen	Harga	Permintaan pasar	Kualitas	Kerja sama antar pelaku usaha
Dukungan pemerintah		3	3	2	2	3	2	-	1	-	-	3
Kualitas SDM	2		2	3	3	3	2	2	-	-	-	3
Distribusi dan Rantai pasok	1	3		1	-	1	-	-	3	1	2	1
Pemasaran Digital	2	3	3		3	2	3	2	2	2	-	2
Sertifikasi dan labelisasi	-	-	-	3		2	3	3	2	2	-	2
Pemasaran berkelanjutan	1	2	2	3	2		2	1	2	2	-	2
Branding	-	-	2	3	3	2		-	3	3	-	1
Pemahaman Konsumen	-	3	3	1	2	1	3		2	3	3	3
Harga	1	-	3	2	1	-	2	3		3	1	1
Permintaan pasar	3	1	3	-	2	1	1	3	3		1	3
Kualitas ikan	1	-	4	-	-	2	2	2	3	3		1
Kerja sama antar pelaku usaha	3	3	-	1	2	-	-	-	-	1	3	

bxPengaruh Global	
Dukungan pemerintah	-
Kualitas SDM	20
Distribusi dan Rantai pasok	13
Pemasaran Digital	24
Sertifikasi dan labelisasi	17
Pemasaran berkelanjutan	19
Branding	17
Pemahaman Konsumen	24
Harga	17
Permintaan pasar	21
Kualitas ikan	18
Kerja sama antar pelaku usaha	13

Ketergantungan Global	
Dukungan pemerintah	14
Kualitas SDM	18
Distribusi dan Rantai pasok	25
Pemasaran Digital	19
Sertifikasi dan labelisasi	20
Pemasaran berkelanjutan	17
Branding	20
Pemahaman Konsumen	16
Harga	21
Permintaan pasar	20
Kualitas ikan	10
Kerja sama antar pelaku usaha	22

Kekuatan Global	
Dukungan pemerintah	-
Kualitas SDM	0,05
Distribusi dan Rantai pasok	0,02
Pemasaran Digital	0,07
Sertifikasi dan labelisasi	0,04
Pemasaran berkelanjutan	0,05
Branding	0,04
Pemahaman Konsumen	0,07
Harga	0,04
Permintaan pasar	0,05
Kualitas ikan	0,06
Kerja sama antar pelaku usaha	0,02

Kekuatan Global Terbobot	
Dukungan pemerintah	-
Kualitas SDM	1,12
Distribusi dan Rantai pasok	0,47
Pemasaran Digital	1,43
Sertifikasi dan labelisasi	0,83
Pemasaran berkelanjutan	1,07
Branding	0,83
Pemahaman Konsumen	1,54
Harga	0,81
Permintaan pasar	1,15
Kualitas ikan	1,23
Kerja sama antar pelaku usaha	0,51

Lampiran 9. Pengaruh tidak langsung suatu variabel terhadap variabel lainnya

DARI TERHADAP	Dukungan pemerintah	Kualitas SDM	Distribusi dan Rantai pasok	Pemasaran Digital	Sertifikasi dan labelisasi	Pemasaran berkelanjutan	Branding	Pemahaman Konsumen	Harga	Permintaan pasar	Kualitas ikan	Kerja sama antar pelaku usaha
Dukungan pemerintah	-	3	3	2	2	3	2	-	1	-	-	3
Kualitas SDM	-	2	3	3	3	2	2	-	-	-	3	-
Distribusi dan Rantai pasok	3	-	1	-	1	-	-	3	1	2	1	-
Pemasaran Digital	3	3	-	3	2	3	2	2	2	-	2	-
Sertifikasi dan labelisasi	-	-	3	-	2	3	3	2	2	-	2	-
Pemasaran berkelanjutan	2	2	3	2	-	2	1	2	2	-	2	-
Branding	-	2	3	3	2	-	-	3	3	-	1	-
Pemahaman Konsumen	3	3	1	2	1	3	-	2	3	3	3	-
Harga	-	3	2	1	-	2	3	-	3	1	1	-
Permintaan pasar	1	3	-	2	1	1	3	3	-	1	3	-
Kualitas ikan	-	4	-	-	2	2	2	3	3	-	1	-
Kerja sama antar pelaku usaha	3	-	1	2	-	-	-	-	1	3	-	-

Pengaruh TL global	
Dukungan pemerintah	18
Kualitas SDM	18
Distribusi dan Rantai pasok	12
Pemasaran Digital	22
Sertifikasi dan labelisasi	17
Pemasaran berkelanjutan	18
Branding	17
Pemahaman Konsumen	24
Harga	16
Permintaan pasar	18
Kualitas ikan	17
Kerja sama antar pelaku usaha	10

Ketergantungan TL global	
Dukungan pemerintah	15
Kualitas SDM	25
Distribusi dan Rantai pasok	20
Pemasaran Digital	20
Sertifikasi dan labelisasi	16
Pemasaran berkelanjutan	21
Branding	18
Pemahaman Konsumen	20
Harga	21
Permintaan pasar	10
Kualitas ikan	19
Kerja sama antar pelaku usaha	3

Kekuatan TL global	
Dukungan pemerintah	0,05
Kualitas SDM	0,04
Distribusi dan Rantai pasok	0,02
Pemasaran Digital	0,06
Sertifikasi dan labelisasi	0,04
Pemasaran berkelanjutan	0,04
Branding	0,04
Pemahaman Konsumen	0,06
Harga	0,03
Permintaan pasar	0,06
Kualitas ikan	0,04
Kerja sama antar pelaku usaha	0,04

Kekuatan TL global terbobot	
Dukungan pemerintah	1,11
Kualitas SDM	0,85
Distribusi dan Rantai pasok	0,51
Pemasaran Digital	1,30
Sertifikasi dan labelisasi	0,99
Pemasaran berkelanjutan	0,94
Branding	0,93
Pemahaman Konsumen	1,48
Harga	0,78
Permintaan pasar	1,31
Kualitas ikan	0,91
Kerja sama antar pelaku usaha	0,87

Lampiran 10. Dokumentasi





Lampiran 11. Kuisisioner Penelitian



KUISISIONER PENELITIAN

KAJIAN PENGEMBANGAN IKAN NILA (*Oreochromis niloticus*) DI KABUPATEN SOPPENG

Oleh : A.NADIA MUGHSITA SANI

Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas
Hasanuddin

Lokasi	Tanggal Wawancara :
--------	---------------------

Desa/Kelurahan :

Kecamatan :

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
 - Perempuan
 - Laki-laki
4. Status Perkawinan :
5. Pendidikan Terakhir :
 - Tidak Sekolah
 - SD
 - SMP/ MADRASAH
 - SMA/ SMK
 - S1
 - S2
 - Lainnya
6. Status sebagai.....
 - a. Pembudidaya
 - b. Nelayan
 - c. Pedagang pengumpul
 - d. Pedagang Keliling
 - e. Pedagang pengecer
 - f. Lainnya (sebutkan)
7. Apakah pekerjaan sebagai Pembudidaya/Nelayan adalah pekerjaan utama?
 - a. ya
 - b. tidak
8. Apakah mempunyai pekerjaan sampingan ?

No Responden:

a. ya, jelaskan :

b. tidak

9. Jumlah Tanggungan :..... orang

B. Kegiatan Pemasaran Pembudidaya

1. Dijual kemana saja ikan Nila yang telah dipanen

LEMBAGA PEMASARAN	HARGA BELI	RATA-RATA HARGA JUAL PER SATUAN	JUMLAH PENJUALAN

2. Siapa yang menentukan harga ?

3. Cara Pembayaran

a. Tunai/kontan

b. D cicil/kredit

=kali/bulan

c. Lainnya (sebutkan)

4. Bagaimana sistem penjualannya

a. Menyeluruh

b. Sedikit

c. Langsung ambil

5. Alat angkut yang digunakan :

Alasannya :

6. Dari mana sumber modal saudara untuk melakukan kegiatan Budidaya?

7. Biaya pemasaran ikan Nila pada masing-masing lembaga pemasaran

INVESTASI	PEDAGANG PENGECEK		PEDAGANG PENGUMPUL		PEDAGANG BESAR	
	JUMLAH	HARGA (RP)	JUMLAH	HARGA (RP)	JUMLAH	HARGA (RP)
Bensin						
Gabus						
Kantongan						
Tenaga Kerja						

C. Kegiatan Pemasaran Nelayan

1. Hasil tangkapan/trip

TRIP	JUMLAH	EKOR	KG	HARGA	TOTAL
Hari					
Minggu					
Bulan					

2. Kegiatan Pemasaran (Distribusi Hasil Tangkapan)

NO	LEMBAGA PEMASARAN	JUMLAH	HARGA
1	Pedagang pengumpul		
2	Pedagang pengecer		
3	Konsumen		

3. Penanganan Ikan Nila hasil tangkapan ?

4. Hasil tangkapan dijual kepada

NO	TARGET PENJUALAN	HARGA	JUMLAH
1.	Pedagang pengumpul		
2.	Pedagang pengecer		
3.	Konsumen		
4.			
5.			
6.			

5. Siapa yang menentukan harga ?

6. Cara Pembayaran

a. Tunai/kontan

b. Dicil/kredit

=kali/bulan

c. Lainnya (sebutkan)

7. Bagaimana sistem penjualannya

a. Menyeluruh

b. Sedikit

c. Langsung ambil

8. Alat angkut yang digunakan :

Alasannya :

9. Dari mana sumber modal saudara untuk melakukan kegiatan penangkapan?



KUISIONER PENELITIAN
KAJIAN PENGEMBANGAN IKAN NILA (*Oreochromis niloticus*) DI KABUPATEN
SOPPENG

Oleh : A.NADIA MUGHSITA SANI

Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan,
Universitas Hasanuddin

Lokasi

Tanggal Wawancara :

Desa/Kelurahan :

Kecamatan :

No Responden:

Faktor-faktor yang mempengaruhi distribusi Ikan Nila terbatas

*Petunjuk pengisian : memilih kategori dalam kolom

*keterangan :

1. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
2. Setuju (S) diberi skor 4
3. Netral (N) diberi skor 3
4. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Stok Ikan ➤ Ketersediaan Ikan Nila terbatas di daerah saya					

2	<p style="text-align: center;">Harga</p> <p>➤ Menurut saya Harga ikan Nila tergolong murah</p>					
3.	<p style="text-align: center;">Kualitas Ikan</p> <p>➤ Ikan Nila yang saya beli memiliki kebersihan, tekstur dan aroma yang baik</p>					
4.	<p style="text-align: center;">Permintaan</p> <p>➤ Saya merasa Ikan nila ikan yang paling banyak di beli</p>					
5.	<p style="text-align: center;">Selera</p> <p>➤ Saya membeli Ikan Nila karena keluarga/konsumen menyukainya</p>					



KUISIONER PENELITIAN
KAJIAN PENGEMBANGAN IKAN NILA (*Oreochromis niloticus*) DI
KABUPATEN SOPPENG

Oleh : A.NADIA MUGHSITA SANI

Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin

Tanggal Wawancara :

Strategi Pengembangan Pemasaran

Data Peneliti :

Nama :

Lembaga Peneliti :

Judul Penelitian :

KUESIONER WAWANCARA pakar

PARTICIPATORY PROSPECTIVE ANALYSIS

Data Wawancara Pakar :

Hari/Tanggal :

Nama Pakar :

Jabatan :

Institusi :

Paraf :

Petunjuk Umum

Kuesioner ini merupakan salah satu metode pendekatan Prospective Analysis dalam Pengembangan pemasaran ikan Nila. Teknik Prospective Analysis menggunakan pendekatan pakar dalam pengumpulan data.

❑ **Panduan Pengisian**

1. Simbol berikut (0, 1, 2, 3) merupakan penilaian terhadap variabel/atribut yang dimaksudkan.

0	Elemen- A_i <i>tidak ada pengaruh</i> terhadap Elemen- A_j
1	Elemen- A_i berpengaruh <i>rendah</i> terhadap Elemen- A_j
2	Elemen- A_i berpengaruh <i>sedang</i> terhadap Variabel - A_j
3	Elemen- A_i berpengaruh <i>kuat</i> terhadap Variabel - A_j

2. Berilah Tanda **✓** pada kotak berlabel (0, 1, 2, 3) yang telah disediakan berdasarkan penilaian yang diberikan; misalnya anda menganggap bahwa **Elemen- A_i** berpengaruh lemah terhadap **Elemen- A_j** , maka diisi angka 1 (centang) pada kolom 1 sebelah kiri, dan jika sebaliknya maka centang kolom 1 sebelah kanan sbb:

Elemen	3	2	1	0	1	2	3	Elemen
A_i			✓		✓			A_j

3. Demikian seterusnya, untuk setiap pertanyaan.

❑ **Lembar Pertanyaan**

1. Menurut Bapak/Ibu/Saudara (i) untuk Pengembangan pemasaran ikan Nila, Apakah adakah hubungan/pengaruh variabel A_i terhadap variabel A_j berikut:

No	Variabel	A_i	3	2	1	0	1	2	3	A_j	Variabel
1	Dukungan pemerintah	A1								A2	Kualitas SDM
2	Kualitas SDM	A2								A3	Distribusi dan Rantai pasok
3	Distribusi dan Rantai pasok	A3								A4	Pemasaran Digital
4	Pemasaran Digital	A4								A5	Sertifikasi dan labelisasi
5	Sertifikasi dan labelisasi	A5								A6	Pemasaran berkelanjutan
6	Pemasaran berkelanjutan	A6								A7	Branding
7	Branding	A7								A8	Pemahaman Konsumen

No	Variabel	A _i	3	2	1	0	1	2	3	A _j	Variabel
8	Pemahaman Konsumen	A8								A9	Harga
9	Harga	A9								A10	Permintaan pasar
10	Permintaan pasar	A10								A11	Kualitas
11	Kualitas	A11								A12	Kerja sama antar pelaku usaha
12	Kerja sama antar pelaku usaha	A12								A1	Dukungan pemerintah