



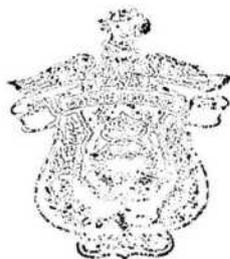
**ANALISIS PEMASARAN HASIL TANGKAPAN IKAN TONGKOL  
NELAYAN DI KABUPATEN BONE**  
(Studi Kasus : Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo di Kecamatan  
Tanete Riattang Timur)

*MARKETING ANALYSIS OF TUNA FISH CATCH OF THE FISHERMEN  
IN BONE REGENCY (A Case Study of Fishermen's Catch of Bagan  
Rambo Fishing in East Tanete Riattang District)*

**MURROM KASIM**

Tgl. Terima	01 september 2009
Asal Data	pascasarjana
Banyak	1
Marga	Indiah
Np. Inventaris	452
Klas	S2 - P09

KAS  
a



**MANAJEMEN KELAUTAN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2009**

**ANALISIS PEMASARAN HASIL TANGKAPAN IKAN TONGKOL  
NELAYAN DI KABUPATEN BONE  
(Studi Kasus : Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo di Kecamatan  
Tanete Riattang Timur)**

Tesis  
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi  
Perencanaan Pengembangan Wilayah

Disusun dan diajukan oleh

**NURDIN KASIM**

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2009**

**TESIS**

**ANALISIS PEMASARAN HASIL TANGKAPAN IKAN TONGKOL  
NELAYAN DI KABUPATEN BONE  
( Studi Kasus : Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo  
di Kecamatan Tanete Riattang Timur)**

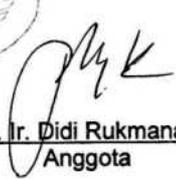
Disusun dan diajukan oleh

**NURDIN KASIM**  
Nomor Pokok P0201207523

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis  
pada tanggal 19 Agustus 2009  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

**Menyetujui**  
**Komisi Penasehat,**

  
Prof. Dr. Ir. M. Natsir Nessa, MS.  
Ketua

  
Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.Sc.  
Anggota

Ketua Program Studi  
PPW – Manajemen Kelautan

  
Dr. Ir. Roland A. Barkey



Direktur Program Pascasarjana  
Universitas Hasanuddin,

  
Prof. Dr. dr. Abd. Razak Thaha, M.Sc.

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

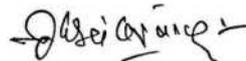
Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurdin Kasim  
Nomor Mahasiswa : P0201207523  
Program Studi : Perencanaan Pengembangan Wilayah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Agustus 2009

Yang menyatakan,



Nurdin Kasim

## PRAKATA

Syukur Kehadirat Allah SWT atas petunjuk dan Hidayat-Mu saya dapat menyelesaikan penulisan tesis ini tepat waktu. Penelitian ini saya dedikasikan khusus terhadap kondisi Sosial Ekonomi nelayan sawi bagan Rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone, agar dapat keluar dari Patron-klien. Investasi sosial yang dilakukan para ponggawa melalui pemenuhan kebutuhan sawi secara tidak sadar membuat mereka mengatakan *Ya* pada setiap keputusan ponggawa.

Melalui penelitian ini saya berharap Nelayan Sawi dapat menggalang kekuatan internalnya agar posisi tawar / bergaining sedikit lebih baik dan para ponggawa dapat merespon positif melalui hubungan horizontal (hubungan kakak adik) agar sawi dan ponggawa terjalin hubungan kemitraan yang saling menguntungkan.

Dalam penyusunan Tesis ini, sedikit banyaknya kendala dapat diatasi berkat bantuan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis dengan ikhlas menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. M. Natsir Nessa, MS., sebagai ketua Komisi penasehat dan Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.Sc., sebagai anggota komisi penasehat atas bimbingan dan bantuan yang diberikan kepada penulis hingga akhir penulisan tesis ini.
2. Prof. Dr. Ir. H. Sudirman, MP, Dr. Indriyanti Sudirman, SE, MS dan Dr. Andi Adri Arief, S.Pi, M.Si sebagai komisi penguji/penilai

yang telah memberikan masukan dalam penyempurnaan tesis ini.

3. Prof. Dr. Ir. Yusran Nur Indar, M.Phil., sebagai ketua Konsentrasi Manajemen Kelautan yang penuh kebijakan dan pengertian yang tinggi kepada kami selama mengikuti perkuliahan
4. Departemen Kelautan dan Perikanan Khususnya Sekolah Usaha Perikanan Menengah (SUPM) Negeri Bone.
5. Seluruh Dosen Pengajar Pada Manajemen Kelautan Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar.
6. Dan Penghargaan yang tinggi penulis persembahkan kepada Istriku tercinta Budiyati, anak-anakku tersayang Fahsa Nabila Azhari Nurdin, Muhammad Fawwazi Adhzim Nurdin dan Muhammad Chaedar Ayyas Nurdin atas dukungan dan kesabarannya selama mengikuti perkuliahan hingga selesai.

Akhirnya penulis berharap semoga Tesis ini memberikan mamfaat bagi semua.

Makassar, Agustus 2009

## ABSTRAK

**NURDIN KASIM.** Analisis Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Tongkol Nelayan di Kabupaten Bone (Studi Kasus : Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur) (dibimbing oleh Natsir Nessa dan Didi Rukmana).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan saluran ikan tongkol dan menjelaskan pemasaran ikan tongkol yang efisien dari hasil tangkapan nelayan bagan rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone. Sampel dipilih secara proporsional sebanyak 60 KK dan tiga sampel wilayah dipilih secara purposive, yaitu Waetuo, Palette, dan Bajoe. Pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis dengan pendekatan kualitatif-kuantitatif (formula pendapatan = TR-TC, margin AGM =  $P_s - P_b/V$ . Efisiensi pemasaran  $EP = Z + Z_m/C + C_m$ )

Hasil penelitian menunjukkan bahwa.ponggawa darat dan pedagang besar menjadi saluran pemasaran utama 66,7% hasil tangkapan ikan tongkol nelayan bagan rambo, sementara perusahaan dan TPI menjadi saluran pemasaran utama 50% Ponggawa darat dan pedagang besar di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone. Pemasaran ikan tongkol yang efisien adalah : (1) Nelayan bagan rambo memperoleh keuntungan lebih besar jika menjualnya dalam ukuran kilogram dibanding baskom, (2) Ponggawa darat dan pedagang besar memperoleh keuntungan lebih besar pada pemasaran harga minimum,(3) saluran pemasaran-4 merupakan saluran pemasaran ikan tongkol nelayan bagan rambo yang lebih efisien.



## ABSTRACT

**NURDIN KASIM.** Marketing Analysis of Tuna Catch of the Fishermen in Bone Regency (a Case Study of Bagan Rambo Fisherman's Catch in East Tanete Riattang Subdistrict) (Supervised by **Natsir Nessa** and **Didi Rukmana**).

This research aim to explain the channel a kind of fish and explain the efficient marketing a kind of fish from haul of fisherman of bagan rambo in Subdistrict of Tanete Riattang of East of Regency Bone. Sampel selected by proporsional as much 60 family heads and three selected regional sampel by purposive, that is Waetuwo, Pallette, and Bajoe. Data collecting through observation, kuesioner, interview and documentation. Data analysed with the approach kualitatif-kuantitatif (formula earnings =  $TR-TC$ , margin  $AGM = Ps-Pb / v$ . efficiency of Marketing  $EP = Z+Zm / c+cm$ )

The study indicates that ponggawa and whole saler become the especial marketing channel 66,7% haul a kind of fish fisherman of bagan rambo, whereas company and TPI become the especial marketing channel 50% Ponggawa and whole saler in Subdistrict of Tanete Riattang of East of Regency Bone. efficient Marketing a kind of fish are : ( 1) Fisherman of bagan rambo obtain;get the bigger advantage if selling it in size measure of kilograms compared to by baskoms, ( 2) Ponggawa and whole saler obtain;get the bigger advantage at marketing of price minimum,(3) marketing channel 4th represent the marketing channel a kind of fish more efficient bagan rambo fisherman.



## DAFTAR ISI



	Hal
HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PRAKATA .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Konsepsi Manajemen Sumberdaya Perikanan Berbasis Ekosistem .....	9
B. Masyarakat Nelayan dan Karakteristik .....	12
C. Teknologi Perikanan Tangkap dan Alat Tangkap Bagan Rambo .....	15
D. Konsep Pemasaran dan Strategi Pemasaran .....	20
E. Karakteristik Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan .....	21
F. Saluran Distribusi Pemasaran yang Efektif dan Efisien Hasil Tangkapan Ikan Nelayan .....	25
G. Struktur Pasar Monopsoni dan Determinant Faktor yang Mempengaruhi Efektifitas dan Efisiensi Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan .....	30
H. Kerangka Konseptual .....	35
I. Definisi Operasional .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	42
B. Populasi dan Sampel .....	43
C. Jenis dan Sumber Data .....	44

D. Teknik Pengumpulan Data .....	44
E. Teknik Analisa Data .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
A. Karakter Sosial Ekonomi dan Kedudukan Wilayah Responden .....	48
1. Kedudukan Wilayah Kec. Tanete Riattang Timur .....	48
2. Karakter Sosial Ekonomi Responden .....	50
a. Karakter sosial .....	51
b. Karakter Ekonomi .....	57
B. Analisis Usaha dan Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Nelayan Bagan Rambo .....	64
1. Produksi Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo .....	64
2. Analisis Usaha dan Sistem Bagi Hasil .....	70
3. Pendapatan Keluarga Nelayan Bagan Rambo .....	79
a. Keluarga Sawi .....	80
b. Keluarga Ponggawa Laut .....	83
c. Keluarga Ponggawa Darat .....	85
4. Analisis Saluran Pemasaran .....	88
C. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Bagan Rambo di Kec. Tanete Riattang Timur .....	96
1. Efisiensi ditinjau dari Aspek Margin Pemasaran .....	96
a. Efisiensi di tingkat nelayan dan ponggawa Darat... ..	98
b. Efisiensi di tingkat nelayan/ponggawa laut, ponggawa darat, dan pedagang besar serta perusahaan ..	104
2. Efisiensi ditinjau dari Aspek Kepuasan .....	120
a. Tingkat kepuasan nelayan bagan Rambo .....	120
b. Tingkat kepuasan pedagang .....	123
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>125</b>
A. Kesimpulan .....	125
B. Saran .....	126

#### DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
Tabel 1 Kelompok Alat Tangkap Ikan Nelayan .....	16
Tabel 2 Teknik Analisis Data .....	45
Tabel 3 Rata-rata Produksi (kg) Ikan Tongkol .....	64
Tabel 4 Karakter Nelayan bagan Rambo sebagai ponggawa pemilik bagan dan pedagang besar .....	66
Tabel 5 Jumlah Unit dan Status Kepemilikan Usaha Bagan Rambo	71
Tabel 6 Diskripsi Ponggawa Laut pemilik Bagan, Ponggawa Darat dan Pedagang besar .....	72
Tabel 7 Rata-rata Volume Produksi (Kg) Ikan Tongkol oleh Nelayan Bagan dan Pedagang Besar di Kec. Tanete Riattang Timur, Periode Februari dan Maret Tahun 2009 .....	73
Tabel 8 Volume Penjualan Ikan Tongkol oleh Nelayan .....	74
Tabel 9 Pendapatan dan Keuntungan Berdasarkan Sistem Bagi Hasil per 1 unit Bagan Rambo .....	75
Tabel 10 Perbandingan Pendapatan dan Keuntungan antara Ponggawa Darat, Ponggawa dan Sawi .....	76
Tabel 11 Klasifikasi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol .....	89
Tabel 12 Pendapat responden tentang tempat bagi nelayan bagan Rambo menjual hasil tangkapan .....	91
Tabel 13 Harga menurut volume produksi .....	98
Tabel 14 Pemasaran Produksi hasil Tangkapan menurut Volume .....	99
Tabel 15 Lokasi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol .....	105
Tabel 16 Volume Produksi Ikan Tongkol .....	106
Tabel 17 Tingkat Pemasaran Ikan Tongkol .....	107
Tabel 18 Margin, Biaya Pemasaran dan Keuntungan Lembaga Pemasaran menurut Saluran Pemasaran .....	117
Tabel 19 Margin, Biaya, Keuntungan serta Efisiensi Pemasaran pada	

Tingkat Lembaga menurut salurannya .....	119
Tabel 20 Pendapat Responden tentang tingkat kepuasan nelayan bagan Rambo menjual hasil tangkapan ikan tongkolnya di kecamatan Tanete Riattang Timur.....	121
Tabel 21 Deskripsi alasan-alasan kepuasan nelayan bagan Rambo dalam pemasaran hasil tangkapan ikan tongkolnya kepada pedagang Di kecamatan tanete Riattang Timur .....	122
Tabel 22 Deskripsi alasan-alasan kepuasan pedagang dalam posisinya sebagai pelaku pemasaran hasil tangkapan ikan tongkol nelayan bagan Rambo di Kec. Tanete Riattang Timur.....	124

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Hal.</b>
Gambar 1 Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 2 Peta Kec. Tanete Riattang Timur .....	49
Gambar 3 Kelompok Umur Nelayan Bagan Rambo .....	51
Gambar 4 Tingkat Pendidikan Nelayan Bagan Rambo .....	52
Gambar 5 Pengalaman Menekuni Usaha Bagan Rambo .....	53
Gambar 6 Pekerjaan Sampingan Nelayan Bagan Rambo .....	54
Gambar 7 Jumlah Tanggungan Keluarga .....	55
Gambar 8 Peran Istri Nelayan Bagan Rambo .....	56
Gambar 9 Status Kepemilikan Usaha Bagan Rambo .....	58
Gambar 10 Sumber Modal Usaha Bagan Rambo .....	58
Gambar 11 Jumlah Kepemilikan Bagan Rambo .....	59
Gambar 12 Ukuran Bagan Rambo .....	60
Gambar 13 Variasi Jumlah Awak Bagan Rambo .....	61
Gambar 14 Persentase Pemberlakuan Sistem Bagi Hasil .....	62
Gambar 15 Pendapatan per Unit Bagan Rambo .....	63
Gambar 16 Volume Produksi Ikan Tongkol .....	65
Gambar 17 Persentase Jenis Ikan Hasil Tangkapan Bagan Rambo Bulan Januari 2009 .....	68
Gambar 18 Persentase Jenis Ikan Hasil Tangkapan Bagan Rambo Bulan Pebruari 2009 .....	69
Gambar 19 Jenis Ikan Hasil Tangkapan Bagan Rambo .....	69
Gambar 20 Persentase Hasil Tangkapan Nelayan bagan Rambo Bulan Januari s.d. Pebruari .....	74
Gambar 21 Pendapatan Nelayan Bagan Rambo berdasarkan Variasi Harga .....	74
Gambar 22 Pembagian Tugas Pekerjaan dan Kontribusi Pendapatan Keluarga Nelayan .....	79

Gambar 23 Rata-rata Sumber Pendapatan Sawi Tiap Bulan .....	82
Gambar 24 Persentase Unsur-unsur Pendapatan Sawi .....	82
Gambar 25 Rata-rata sumber pendapatan ponggawa laut tiap bulan.....	84
Gambar 26 Persentase unsur-unsur pendapatan Ponggawa Laut .....	84
Gambar 27 Rata-rata sumber pendapatan ponggawa darat tiap bulan	86
Gambar 28 Persentase Unsur-unsur pendapatan ponggawa darat.....	86
Gambar 29 Perbandingan Pendapatan Keluarga Nelayan berdasarkan Musim .....	87
Gambar 30 Komposisi Penjualan Ikan Tongkol Menurut Saluran Pemasaran Hasil Tangkapannelayan Bagan Rambo .....	89
Gambar 31 Saluran pemasaran Ikan Tongkol oleh Nelayan .....	92
Gambar 32 Perbandingan Selisih Harga menurut ukuran satuan Baskom dan kilogram .....	100
Gambar 33 Perbandingan selisih harga penjualan menurut ukuran Satuan baskom dan kilogram .....	102
Gambar 34 Perbandingan Selisih Harag Penjualan menurut ukuran Satuan baskom dan kilokram .....	103
Gambar 35 Karakter Saluran Pemasaran Ikan Tongkol .....	104
Gambar 36 Perbandingan Selisih Harga Penjualan menurut Ukuran Satuan Baskom dan Kilogram .....	109
Gambar 37 Perbandingan Selisih Harga Penjualan menurut Ukuran Satuan Baskom dan Kilogram .....	110
Gambar 38 Saluran Pemasaran Ikan Tongkol oleh Nelayan .....	114
Gambar 39 Perbandingan Tingkat Kepuasan Nalayan Bagan Rambo Atas Pemasaran Hasil Tangkapan .....	121



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Bone merupakan salah satu daerah Kabupaten yang sebagian wilayahnya adalah laut dan pesisir dengan 10 kecamatan pesisir, sehingga sebagian penduduknya berprofesi sebagai nelayan yang kesehariannya menangkap ikan di laut dengan jenis atau tipe alat tangkap yang cukup beragam termasuk salah satunya adalah bagan rambo.

Salah satu kecamatan pesisir yang banyak dihuni nelayan dengan alat tangkap bagan rambo adalah Kecamatan Tanete Riattang Timur. Wilayah kecamatan tersebut terbagi dalam 7 kelurahan yang juga umumnya berada di sepanjang daerah pesisir pantai dengan jumlah penduduk sebanyak  $\pm$  36.820.Jiwa.atau 6.929 KK (atau sekitar 5,4% dari total jumlah penduduk Kab. Bone  $\pm$ 688.080 Jiwa (Data DKP Kab.Bone Tahun 2008).

Keberadaan sejumlah nelayan mengelola sumber daya perikanan tersebut sebagian menggunakan alat tangkap bagan rambo, dan telah mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan produksi perikanan di daerah itu, dengan total produksi perikanan selama Tahun 2008 adalah 118.108,5 ton, dengan nilai produksi sebesar Rp.185.903.356.650,-. Volume produksi terbesar adalah hasil tangkapan ikan laut oleh para nelayan yaitu 89.350,5 ton dan produksi budidaya ikan sebesar 22.121 ton (20,1%) (Data DKP Kab.Bone,2008).

Volume produksi ikan hasil tangkapan nelayan di laut terdiri dari beragam jenis ikan terutama yang menonjol seperti ikan Tuna, Tongkol, Cakalang, Layang, Selar, Kembung, Bete-bete, Cumi-cumi, teri, dan Ikan tongkol merupakan urutan kedua terbesar volume tangkapan setelah ikan tuna.

Dalam kegiatan penangkapan ikan di Kecamatan Tanete Riattang Timur, tercatat 37 unit alat tangkap bagan rambo yang aktif dioperasikan oleh nelayan, yang tersebar di 3 kelurahan yakni : 6 unit di Kelurahan Bajoe, 25 unit di Waetuo dan 6 unit di Pallette dengan 481 RTP. Sejumlah nelayan yang menggunakan alat tangkap bagan rambo tersebut, dalam kegiatan sehari-harinya tampak hidup berkelompok mengelola bagan rambo dan sekaligus melakukan penangkapan ikan tongkol dengan alat tangkap tersebut.

Kelompok usaha penangkapan ikan yang dikelola nelayan dikenal adanya nelayan buruh (sawi), ponggawa laut, ponggawa darat, pemilik bagan dan sekaligus pedagang besar, dan pedagang besar. Kesemuanya saling berinteraksi membentuk pola hubungan sosial (patron klien) dalam menjalankan kegiatan usaha penangkapan sesuai fungsi dan peran yang sudah diatur bersama.

Ponggawa darat/pedagang besar umumnya berperan sebagai pemilik modal, sedangkan ponggawa laut memainkan peran dalam operasi penangkapan ikan di laut bersama sawi. Selama melaut, ponggawa laut dan sawi sudah dibekali sejumlah persiapan seperti bahan bakar/ solar, bahan

makanan dan minuman, serta rokok, yang mana seluruh biayanya berasal dari ponggawa darat/pedagang besar. Hasil tangkapan yang diperoleh dalam suatu periode penangkapan, dibagi bersama berdasarkan prinsip atau sistem bagi hasil yang sudah disepakati bersama.

Hasil tangkapan yang diperoleh dalam suatu periode penangkapan oleh nelayan sebagian besar dipasarkan melalui saluran pemasaran yang ada seperti pedagang kecil/pegecer, pedagang menengah, pedagang besar dan eksportir (perusahaan cold storage) atau langsung ke konsumen. Bagi nelayan sawi, penjualan ikan hanya dilakukan bilamana memperoleh hasil tangkapan dari pancing ketika sedang melaut. Hasil tangkapan tersebut juga biasanya di bawah pulang ke rumah untuk dikonsumsi sebagian atau dijual ke pasar terdekat, sehingga keluarganya dapat memperoleh tambahan penghasilan.

Bagi ponggawa laut, pemasaran hasil tangkapannya sebagian besar kepada ponggawa darat/pedagang besar namun ada juga yang menjual hasil tangkapannya kepada ponggawa laut yang berperan sebagai pemilik bagan, termasuk beberapa pedagang menengah juga menjual langsung hasil tangkapannya kepada pedagang besar di TPI dan perusahaan cold storage di Makassar (TPI Paotere, KIMA), Pinrang, Maros, Sinjai, Bulukumba dan lainnya .

Dalam melakukan pemasaran hasil tangkapan ikannya, sebahagian nelayan memiliki sistem jaringan tersendiri yaitu langsung ke ponggawa darat atau pedagang kecil/pegecer . Pola pemasaran seperti ini biasanya

dilakukan setelah ada kesepakatan antara nelayan dengan ponggawa darat atau pedagang besar. Penjualan langsung ke ponggawa darat atau pedagang besar disebabkan segala pembiayaan operasional nelayan dibiayai oleh ponggawa darat atau pedagang besar, atau biasanya jika nelayan ingin memiliki atau menambah fasilitas alat tangkapnya (seperti perahu motor) maka ponggawa-lah yang memberikan pinjaman modal atau menyediakan langsung fasilitas itu dan kemudian nelayan membayarnya dengan cara menyetorkan langsung hasil tangkapannya untuk dijual dan hasil penjualan itu dipotong beberapa persen sesuai kesepakatan.

Nelayan bagan Rambo diKecamatan Tanete Riattang Timur telah terorganisasi dalam kelompok-kelompok (ponggawa-sawi) yang bersifat fungsional Hubungan kerja antara ponggawa (pemilik perahu, alat tangkap dan pemimpin operasi) dengan sawi (anak buah) membentuk sistim sosial nelayan berdasarkan kedudukan dan peranan yang masing-masing dimiliki. Pola hubungan ini yakni Hubungan sosial kekerabatan dan pranata sosial.

Hubungan sosial kekerabatan adalah sistim bilateral atau parental dalam kelompok kerja usaha mereka. Prinsip "*siri na,pacce*" sebagai landasan nilai-nilai budaya mengandung arti kepercayaan, kesatuan, kebersamaan, kekeluargaan, yang harus dijunjung tinggi dalam menanggung rasa suka dan duka yang dialami oleh kelompok dan Pranata Ekonomi dimana sistim bagi hasil yang berlaku secara umum pada setiap unit kelompok adalah sistim bagi tiga, yaitu pihak ponggawa mendapatkan 2

bagian, satu bagian untuk perahu dan satu bagian untuk alat tangkap. Sawi (termasuk ponggawa laut) hanya mendapat satu bagian.

Sehingga dalam realitas perkembangannya, pendapatan dan keuntungan dari hasil penjualan ikan tongkol oleh sejumlah nelayan kepada ponggawa darat/pedagang besar, tampaknya masih relatif rendah dibanding dengan harga jual yang dilakukan/ diperoleh pedagang besar. Nelayan/Ponggawa laut menjual hasil tangkapannya dan memperoleh pendapatan dan keuntungan yang relatif kecil dibanding ponggawa darat. Sebaliknya ponggawa darat/ pedagang besar selalu memperoleh pendapatan dan keuntungan yang jauh lebih besar.

Kenyataan demikian, menunjukkan kuatnya monopsoni dan oligopsoni ponggawa darat/pedagang besar terhadap nelayan sehingga sulit diharapkan terciptanya pola pemasaran yang efektif. Hal ini sejalan dengan Baharsyah *et al* (2001) yang menyatakan bahwa sistem pasar yang terbentuk seringkali mengarah pada pasar yang bersifat monopsoni atau oligopsoni. Sistem pasar demikian dapat terjadi akibat kurangnya kompetisi di antara pedagang akibat jumlah pedagang yang terbatas. Walaupun jumlah pedagang yang terlibat cukup banyak tetapi dalam kegiatannya para pedagang tersebut seringkali dikendalikan oleh satu atau beberapa pedagang tertentu. Hal ini menyebabkan terbentuknya sistem pasar monopsoni/ oligopsoni yang terselubung dimana walaupun keadaan pasar tampaknya bersaing sempurna karena jumlah pedagang yang banyak tetapi sebenarnya dikuasai oleh pedagang-pedagang tertentu

Kondisi pasar seperti disebutkan tidak menguntungkan bagi nelayan karena harga yang diterima akan dikendalikan oleh para pedagang yang memiliki kekuatan monopsoni. Pada kondisi pasar tersebut nelayan cenderung menerima harga yang rendah akibat perilaku pedagang yang berusaha memaksimalkan keuntungannya. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa pemasaran komoditas dengan kekuatan monopsoni/oligopsoni tidak efisien karena kepentingan nelayan sebagai produsen dapat dirugikan (Azzaino, 1984; Sudaryanto *et al.*, 1993). Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila dapat memberikan kepuasan maksimum bagi produsen, konsumen dan pelaku pemasaran dengan penggunaan sumber ekonomi serendah-rendahnya (FEDS Staff, 1992; Hasan, 1986; Saefuddin, 1984; Rhodes, 1993).

Berpangkal tolak dari realitas tersebut, maka sangat penting untuk mengupayakan suatu analisis pemasaran hasil tangkapan ikan para nelayan, khususnya nelayan bagan rambo yang dinilai banyak memberikan kontribusi terhadap peningkatan produksi perikanan di Kabupaten Bone.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran ikan tongkol hasil tangkapan nelayan bagan rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone?

2. Bagaimana pemasaran ikan tongkol hasil tangkapan nelayan bagan rambo yang efisien di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan saluran pemasaran ikan tongkol nelayan bagan rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone
2. Untuk menjelaskan pemasaran ikan tongkol hasil tangkapan nelayan bagan rambo yang efisien di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan baik secara praktikal maupun teoritis, sebagai berikut:

#### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Menambah khasanah pengembangan ilmu-ilmu perikanan dan kelautan.
- b. Sebagai bahan masukan bagi kalangan akademisi atau peneliti lainnya yang akan meneliti lebih mendalam tentang strategi pemasaran ikan

tongkol hasil tangkapan nelayan bagan rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone.

## **2. Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

- a. Sebagai bahan informasi dan input bagi pengusaha perikanan tangkap dalam membangun sinergi dengan para nelayan menciptakan suatu akses yang mudah, berdaya saing, harga yang kompetitif, serta kelancaran pemasaran produksi perikanannya.
- b. Sebagai bahan masukan bagi kelompok masyarakat nelayan, khususnya nelayan bagan rambo, dalam strategi pemasaran hasil tangkapan ikan tongkol bagi peningkatan produktivitas, pendapatan, taraf hidup dan kesejahteraannya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Konsepsi Manajemen Sumber Daya Perikanan Berbasis Ekosistem

Terminologi 'manajemen' atau '*management*' telah didefinisikan oleh beberapa ahli, diantaranya Terry dalam Winardi (2005 : 29) mengemukakan bahwa manajemen adalah usaha seseorang atau sekumpulan orang dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama dalam organisasi. Sejalan dengan Terry, Koontz menjelaskan bahwa manajemen merupakan upaya secara kolektif dengan menggunakan peralatan dan dana untuk mencapai tujuan, misi dan sasaran organisasi melalui pendekatan perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*), pengendalian (*controlling*), pengawasan (*monitoring*) dan evaluasi (*evaluation*) (Winardi, 2005 : 29)

Charles (2001) menyatakan pentingnya pendekatan sistem bagi pengelolaan perikanan dan kelautan. Dalam konteks ini, perikanan adalah sebuah sistem karena banyak faktor dan fenomena yang terkait secara bersama-sama dan saling bergantung di dalamnya.

Sistem perikanan merupakan sebuah kesatuan dari 3 komponen utama yaitu (1) sistem alam (*natural system*) yang mencakup ekosistem, ikan dan lingkungan biofisik; (2) sistem manusia (*human system*) yang terdiri dari unsur nelayan atau petani ikan, pelaku pasar dan konsumen, rumah tangga perikanan dan komunitas pesisir serta lingkungan sosial, ekonomi dan budaya yang terkait dengan sistem ini; (3) sistem pengelolaan perikanan

(*fishery management system*) yang mencakup unsur-unsur kebijakan dan perencanaan perikanan, pembangunan perikanan, rejim pengelolaan perikanan, dan riset perikanan. Dalam konteks ini maka dapat dikatakan bahwa sistem perikanan adalah sistem yang kompleks. Dengan menggunakan perspektif informal, sistem dikatakan kompleks apabila struktur dan fungsi dari sistem tersebut tidak diketahui dengan baik sebagaimana terjadi untuk sistem perikanan. Selain itu, definisi kompleks adalah apabila sistem tersebut memiliki sejumlah unsur yang terkait satu sama lain secara dinamik maupun statis (Charles, 2001).

Sumber daya pesisir dan lautan yang dimiliki oleh Indonesia sangat beragam baik jenis maupun potensinya. Potensi sumber daya tersebut ada yang dapat diperbaharui (*renewable resources*) seperti sumber daya perikanan (perikanan tangkap dan budidaya), mangrove, terumbu karang, padang lamun, energi gelombang, pasang surut, angin dan OTEC (*Ocean Thermal Energy Conversion*); dan energi yang tidak dapat diperbaharui (*non-renewable resources*) seperti sumber daya minyak dan gas bumi dan berbagai jenis mineral. Selain dua jenis sumber daya tersebut, juga terdapat berbagai macam jasa lingkungan kelautan yang dapat dikembangkan untuk pembangunan kelautan seperti pariwisata bahari, industri maritim, jasa angkutan, dan sebagainya.

Laut Indonesia memiliki luas lebih kurang 5,8 juta km<sup>2</sup> dengan garis pantai sepanjang 81.000 km, dengan potensi sumberdaya, terutama sumberdaya perikanan laut yang cukup besar, baik dari segi kuantitas

maupun diversitas. Potensi lestari sumberdaya ikan laut Indonesia diperkirakan sebesar 6,4 juta ton per tahun yang tersebar di perairan wilayah Indonesia dan perairan ZEEI (Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia (Dahuri, 2002).

Keseluruhan potensi sumberdaya ikan tersebut, jumlah tangkapan yang diperbolehkan (JTB) sebesar 5,12 juta ton per tahun atau sekitar 80 persen dari potensi lestari, dan sudah dimanfaatkan sebesar 4,7 juta ton pada tahun 2004 atau 91.8% dari JTB, sedangkan dari sisi diversivitas, dari  $\pm$  28.400 jenis ikan yang ada di dunia, yang ditemukan di perairan Indonesia lebih dari 25.000 jenis (Dahuri, 2002).

Potensi pengembangan tersebut terdiri atas : (a) potensi perikanan tangkap di perairan umum seluas  $\pm$  54 juta ha dengan potensi produksi  $\pm$  0,9 juta ton/ tahun, (b) potensi budidaya laut terdiri dari budidaya ikan (antara lain kakap, kerapu, dan gobia), budidaya moluska (kerang-kerangan, mutiara, dan teripang), dan budidaya rumput laut, (c) budidaya air payau (tambak) yang potensi lahan pengembangannya mencapai  $\pm$  913.000 ha, (d) budidaya air tawar terdiri dari perairan umum (danau, waduk, sungai, dan rawa), kolam air tawar, dan mina padi di sawah, serta (e) bioteknologi kelautan untuk pengembangan industri bioteknologi kelautan seperti industri bahan baku untuk makanan, industri bahan pakan alami, benih ikan dan udang, industri bahan pangan (Dahuri, 2002).

Peluang pengembangan usaha kelautan dan perikanan Indonesia masih memiliki prospek yang baik. Potensi ekonomi sumber daya kelautan

dan perikanan yang berada di bawah lingkup tugas DKP dan dapat dimanfaatkan untuk mendorong pemulihan ekonomi diperkirakan sebesar US\$ 82 miliar per tahun. Potensi tersebut meliputi: potensi perikanan tangkap sebesar US\$ 15,1 miliar per tahun, potensi budidaya laut sebesar US\$ 46,7 miliar per tahun, potensi peraian umum sebesar US\$ 1,1 miliar per tahun, potensi budidaya tambak sebesar US\$ 10 miliar per tahun, potensi budidaya air tawar sebesar US\$ 5,2 miliar per tahun, dan potensi bioteknologi kelautan sebesar US\$ 4 miliar per tahun (Dahuri, 2002).

Disamping adanya potensi sumberdaya kelautan dan perikanan yang besar, terdapat pula potensi kelembagaan, seperti peranan Komisi Tuna, Komisi Udang, Masyarakat Perikanan Nusantara (MPN), Gabungan Pengusaha Perikanan Indonesia (Gappindo), Himpunan Nelayan Seluruh Indonesia (HNSI), Asosiasi Tuna Indonesia (Astuin), LSM Bidang Kelautan dan Perikanan, dan lainnya, di masa datang perlu terus disinergikan. Potensi lain adalah potensi sarana prasarana yang telah dimiliki, seperti layanan unit karantina ikan, balai pengembangan, balai riset, balai/loka budidaya, sekolah perikanan, dan lainnya. Disamping itu, ada pula potensi daerah yang telah menyusun Renstrada (Rencana Strategis Daerah) dibidang kelautan dan perikanan.

#### **B. Masyarakat Nelayan dan Karakteristik**

Di Indonesia, keberadaan masyarakat pesisir adalah mereka yang bermukim di sepanjang kawasan peralihan (*interface area*) antara ekosistem

laut dan darat dengan batas terluar 20 Km dari garis pantai; atau berada sejauh 4 mil atau 12 mil dari garis pantai ke arah laut (Dahuri, 2001:16-17).

Menurut Johannes Widodo dkk (2006:29) bahwa komponen sistem manusia dalam perikanan secara sederhana dapat dikelompokkan menjadi nelayan, rumah tangga dan komunitasnya, pengolah (pascapanen) dan pedagang (pemasaran), serta lingkungan sosial ekonomi. Komponen-komponen tersebut saling berinteraksi dalam mempengaruhi pola pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya ikan. Keseluruhan komponen tersebut membentuk komunitas masyarakat pesisir sebagai satu kesatuan.

Satria (2002:98) mengemukakan 4 (empat) karakteristik utama dari masyarakat pesisir sebagai berikut:

- a. Sistem pengetahuan. Pengetahuan tentang teknik penangkapan ikan yang pada umumnya diperoleh dari warisan atau pendahulu mereka berdasarkan pengalaman empiris. Kuatnya pengetahuan lokal tersebutlah yang selanjutnya menjadi salah satu faktor penyebab terjaminnya kelangsungan hidup mereka selaku nelayan.
- b. Sistem kepercayaan. Secara teologis, nelayan masih memiliki kepercayaan yang kuat bahwa laut memiliki kekuatan magis sehingga perlu perlakuan-perlakuan khusus dalam melakukan aktivitas penangkapan agar keselamatan dan hasil tangkapan semakin terjamin.
- c. Posisi sosial nelayan. Posisi sosial nelayan masih dianggap rendah dalam masyarakat karena disebabkan oleh keterasingan nelayan. Hal tersebut diakibatkan kurangnya kesempatan masyarakat nelayan dalam melakukan interaksi dengan masyarakat lain karena banyaknya alokasi waktu dalam melakukan penangkapan ikan di laut daripada melakukan sosialisasi dengan masyarakat lain yang secara geografis relatif jauh dari pantai.

- d. Karakteristik masyarakat nelayan menghadapi sumberdaya yang hingga saat ini masih bersifat *open access*. Artinya karakteristik sumberdaya seperti ini menyebabkan nelayan harus berpindah-pindah untuk memperoleh hasil yang maksimal. Dengan demikian, elemen risikonya menjadi sangat tinggi. Kondisi sumberdaya yang beresiko menyebabkan masyarakat nelayan memiliki karakter yang keras, tegas dan terbuka.

Dalam masyarakat dikenal dua kelompok besar yang menghasilkan ikan, yaitu masyarakat pembudidaya ikan (seperti penambak dan pengempang) serta masyarakat yang menangkap ikan di laut (nelayan). Menurut Pollnac (1998:42), pola kerja budidaya ikan lebih menyerupai pertanian atau peternakan sehingga kebutuhan tenaga kerja, modal, pengaturan air dan masa panen dapat diperhitungkan dengan mudah. Sebaliknya, penangkapan ikan di laut bergantung pada kemudahan bersama karena tempat usaha tergolong liar, berpindah-pindah dan ikan ditangkap berkembang biak secara alamiah.

Charles dalam Johanes Widodo dkk (2006:29) mengemukakan pembagian empat kelompok nelayan, yaitu :

- 1) Nelayan subsisten (*subsistence fisher*), yaitu nelayan yang menangkap ikan hanya untuk memenuhi kebutuhan sendiri.
- 2) Nelayan asli (*native/ indogenous/ aboriginal fisher*), yaitu nelayan yang memiliki sedikit karakter yang sama dengan kelompok pertama, namun memiliki juga hak untuk melakukan aktivitas komersial walaupun dalam skala yang sangat kecil.
- 3) Nelayan rekreasi (*recreation / sport fisher*), yaitu orang-orang yang secara prinsip melakukan kegiatan penangkapan ikan hanya sekedar untuk kesenangan atau berolah raga semata

- 4) Nelayan komersial (*commercial fisher*), yaitu mereka yang menangkap ikan untuk tujuan komersial atau dipasarkan baik untuk pasar domestik maupun pasar ekspor. Kelompok ini dibagi menjadi dua yakni nelayan skala kecil dan skala besar.

Dari uraian tersebut, dan kaitannya dengan penelitian ini maka kelompok nelayan asli dan nelayan komersial (skala kecil dan besar) yang memerlukan Analisis pemasaran hasil tangkapan ikan tongkol di Kec. Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone. Kedua kelompok nelayan tersebut memainkan peranan penting dalam memberikan kontribusi pemasaran produksi hasil perikanan tangkap sehingga perlu diteliti.

### **C. Teknologi Perikanan Tangkap dan Alat Tangkap Bagan Rambo**

#### **1. Teknologi Perikanan Tangkap**

Pengembangan perikanan merupakan suatu proses atau kegiatan manusia untuk meningkatkan produksi di bidang perikanan dan sekaligus meningkatkan pendapatan nelayan melalui penerapan teknologi yang lebih baik (Kasryno, 1997).

Setiap usaha penangkapan ikan di laut pada dasarnya adalah bagaimana mendapatkan daerah penangkapan, gerombolan ikan, dan keadaan potensinya untuk kemudian dilakukan operasi penangkapannya. Beberapa cara untuk mendapatkan kawasan ikan sebelum penangkapan dilakukan menggunakan alat bantu penangkapan yang biasa disebut rumpun dan sinar lampu. Kedudukan rumpun dan sinar lampu untuk usaha penangkapan ikan di perairan Indonesia sangat penting ditinjau dari segala

aspek baik ekologi, biologi maupun ekonomi. Rumpon digunakan pada siang hari sedangkan lampu digunakan pada malam hari untuk mengumpulkan ikan pada titik/ tempat laut tertentu sebelum operasi penangkapan dilakukan dengan alat penangkap ikan seperti jaring, huhate, dan sebagainya (Suwardjo, 2004).

Dilihat dari segi kemampuan usaha nelayan, jangkauan daerah laut serta jenis alat penangkapan yang digunakan dapat dibedakan antara usaha nelayan kecil, menengah, dan besar. Dalam usaha penangkapan ikan dari tiga kelompok nelayan tersebut digunakan sekitar 15 -25 jenis alat penangkap yang dapat dibagi empat kelompok pada Tabel 1.

Tabel 1. Kelompok Alat Tangkap Ikan Nelayan

No	Kelompok	Nama Alat Tangkap
1	Pukat	Payang termasuk lampara, Pukat pantai, Pukat Cincin
2.	Jaring	Jaring insang hanyut, Jaring insang lingkar, Jaring klitik, Jaring trammel
3.	Jaring Angkat	Bagan perahu, Bagan tancap, Bagan rakit, Serok, Bondong dan Banrong
4.	Pancing	Rawai tuna, Rawai hanyut, Rawai tetap, Huhate, Pancing tonda, Pancing tangan-hand l'm

Dari keempat kelompok alat tangkap yang menjadi fokus penelitian adalah jaring angkat, di mana salah satu nama alat tangkapnya adalah bagan perahu, dan/ atau di Kabupaten Bone dinamakan "Bagan Rambo".

## **2. Alat Tangkap Bagan Rambo**

### **a. Karakteristik dan Latar Belakang Sejarah**

Perkembangan pengetahuan dan teknologi serta kemajuan yang telah dicapai oleh masyarakat maka konstruksi bagan semakin berkembang. Dalam perkembangannya, bagan telah mengalami banyak perubahan baik bentuk maupun ukuran yang telah dimodifikasi sedemikian rupa sehingga sesuai dengan daerah penangkapan (Subani dan Barus, 1989).

Salah satu jenis bagan yang berkembang pesat sampai saat ini adalah penggunaan bagan perahu di Sulawesi Selatan. Konstruksi bagan ini dirancang secara khusus dengan menggunakan bahan-bahan pilihan yang lebih kuat. Komponen dan peralatan bagan yang sering mendapat perhatian khusus adalah perahu, jaring, rangka bagan, jumlah lampu dan kapasitas daya yang besar. Bagan perahu yang demikian oleh masyarakat setempat disebut dengan "bagan rambo" (Nadir, 2000). Prinsip penangkapan ikan pada alat tangkap tersebut pada dasarnya memanfaatkan tingkah laku ikan.

Bagan lombo (besar) yang terlihat kokoh dan kuat dengan menggunakan cahaya merkueri serta kapasitas tangkapan ikan pelagis yang sangat besar, kemudian dijadikan sebagai "maskot" dalam kegiatan perikanan, sehingga aparat pemerintah seringkali "turun" untuk melihat kemampuan dari alat tangkap tersebut. Melihat dari kemampuan dan kapasitas yang dimiliki oleh bagan lombo, maka pemerintah mengidentifikasi bagan tersebut dengan "Rambo", nama dari seorang

tokoh superhero fiktif yang berbadan kekar dalam film produksi Amerika, sedangkan istilah bagan (bagan) berasal dari bentuk kerja jaringnya yang menyerupai kotak (bagan). Kemudian selanjutnya istilah bagan rambo ini "diamini" oleh masyarakat lokal, sehingga secara tidak langsung istilah tersebut telah tersosialisasi sebagai identitas bahwa bagan rambo merupakan bagan perahu lombo yang dibuat (Pairunan, 2003).

#### **b. Desain konstruksi dan operasionalisasi**

Bagan rambo memiliki ukuran yang lebih besar dan konstruksinya tampak lebih kokoh. Bentuk dan konstruksi perahu dirancang khusus berbentuk pipih memanjang dengan dimensi utama LBD yaitu 30,0 m x 2,0 m x 3,5 m. Selain perahu komponen lain dari bagan rambo adalah rangka bagan. Adanya bangunan kayu yang berbentuk rangka merupakan ciri khas dari unit alat tangkap bagan. Ukuran panjang dan lebar bagan 32,0 m x 30,0 m yang dirangkai pada sisi kiri dan kanan perahu. Semua bahan dari rangka dan perahu terbuat dari kayu pilihan. Selain itu dilengkapi dengan jaring, roller, generator dan lampu merkuri (Nadir, 2000).

Sudirman dan Mallawa A (1999) mengemukakan bahwa prinsip pengeporasian bagan rambo yaitu menarik dan mengumpulkan ikan dengan bantuan cahaya lampu merkuri, kemudian menangkap ikan yang telah berkumpul dengan jalan mengangkat jaring yang telah dipasang terlebih dahulu ke dalam air.

Menurut Nadir (2000) Bagan rambo memiliki ukuran yang lebih besar dan konstruksinya tampak lebih kokoh serta jumlah lampu yang digunakan

lebih banyak di atas 30 unit lampu. Yang menonjol dari penggunaan bagan rombo ini adalah penggunaan cahaya listrik dengan jumlah bola lampu yang dipergunakan, biasanya berjumlah 30 - 60 buah. Berdasarkan fungsinya dapat dibedakan atas dua jenis yaitu lampu penarik dan lampu pengkonsentrasian (Fokus).

Bagan rombo termasuk alat tangkap yang dioperasikan dengan bantuan cahaya lampu, jenis lampu yang digunakan pada bagan rombo umumnya dari jenis merkuri. Jumlah lampu yakni 56 buah yang dipasang dengan rapi pada rangka bagan dan dilengkapi dengan reflektor cahaya yang terbuat dari alumunium yang berdiameter 30 centimeter serta kawat baja sebagai pengaman bola lampu.

#### **c. Jumlah Tenaga Kerja**

Saldi (2002), menyatakan bahwa untuk mengoperasikan satu unit bagan rombo dibutuhkan tenaga kerja (kru) sebanyak 14 -16 orang yang dipimpin oleh seorang juragan laut. Selanjutnya Fakhriyyah (1998) menyatakan setiap satu kapal bagan rombo terdiri dari 15 orang yaitu 1 orang juragan dan 14 orang orang sawi, dimana 12 orang sawi yang terjun langsung dibagian operasi penangkapan ikan dan 2 orang sawi bagian transportasi (pengangkutan hasil tangkapan).

#### **d. Waktu penangkapan.**

Menurut Sufian (1990), terdapat beberapa musim penangkapan ikan di perairan, yaitu musim puncak pada bulan Maret sampai bulan Agustus, musim biasa pada bulan November sampai bulan Januari dan musim

paceklik pada bulan Februari sampai bulan Oktober. Sementara itu, Nadir (2000) berpendapat musim penangkapan ikan di perairan Barru berlangsung sepanjang tahun. Bulan April sampai bulan Oktober terjadi musim angin timur, dimana musim puncak terjadi pada bulan Mei sampai bulan Juli. Pada saat tersebut pengaruh angin barat sudah berkurang.

#### **D. Konsep Pemasaran dan Strategi Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok. Sedangkan menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986), bahwa dalam pengertian ekonomi, produksi dan distribusi (pemasaran) adalah kegiatan yang bertalian dengan penciptaan atau penambahan kegiatan yang bertalian dengan penurunan kegunaan barang dan jasa. Kegunaan yang diciptakan oleh pemasaran adalah kegunaan tempat, kegunaan waktu dan kegunaan pemilikan. Kotler dan Amstrong (1997 : 6), mendefinisikan pemasaran sebagai berikut :

"Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pencapaian dan pertukaran timbal balik produk dan nilai orang lain".

Stanton (2002 : 4) mendefinisikan pemasaran dalam dua pengertian dasar, yaitu :

- 1) Dalam arti kemasyarakatan : "Pemasaran adalah setiap kegiatan tukar-menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia".

- 2) Dalam arti bisnis : "Pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan, dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan manusia".

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986) fungsi pemasaran dikelompokkan atas tiga fungsi : 1). Fungsi pertukaran, yang terdiri dari fungsi penjualan dan fungsi pembelian, 2). Fungsi pengadaan secara fisik, yang terdiri dari fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan, 3). Fungsi pelancar, yang terdiri dari fungsi permodalan, fungsi penanggungan resiko, fungsi standarisasi dan grading, dan fungsi informasi pasar.

Untuk mencapai sasaran umum dalam perusahaan, diperlukan adanya suatu strategi pemasaran sebagai perencanaan strategis yang berorientasi pasar dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kotler (2003 : 57), menyatakan bahwa : "Strategi pemasaran adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian dan sumber daya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah. Tujuan perencanaan strategis adalah untuk membentuk dan menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan".

#### **E. Karakteristik Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan**

Beberapa karakteristik saluran pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan diuraikan berikut :

### 1. Hubungan Patron-Klien Nelayan - Pedagang

Setiap komunitas terdiri atas elemen pembentuknya yang saling berhubungan satu sama lain dan membentuk satu kesatuan utuh yang terikat melalui suatu jaringan sosial. Jaringan sosial pada suatu masyarakat menunjukkan berbagai tipe hubungan sosial yang terikat atas dasar identitas, kekerabatan, ras, etnik, pertemanan, ketetanggaan, ataupun atas dasar kepentingan tertentu.

Menurut Boissevain (Scott, 1978), jaringan sosial masyarakat adalah struktur sosial masyarakat itu sendiri. Jaringan sosial adalah pola hubungan sosial di antara individu, pihak, kelompok atau organisasi. Bee (1974) menyatakan bahwa jaringan sosial memperlihatkan suatu hubungan sosial yang sedang terjadi sehingga lebih menunjukkan proses daripada bentuk.

Dikatakan Warner (Scott, 1991) bahwa hubungan sosial yang terjadi bersifat mantap/ permanen, memperlihatkan kohesi dan integrasi bagi bertahannya suatu komunitas, serta menunjukkan hubungan timbal balik. Dengan demikian, suatu komunitas pada dasarnya merupakan kumpulan hubungan yang membentuk jaringan sebagai tempat interaksi antara satu pihak dengan pihak lainnya. Menurut Mitchell (Scott, 1991) kekuatan jaringan dipengaruhi oleh resiprositas, intensitas, dan durabilitas hubungan antarpihak.

Jaringan sosial pada komunitas nelayan dapat dibedakan atas tiga bentuk, yaitu jaringan vertikal (hirarkis), jaringan horizontal (pertemanan), dan jaringan diagonal (kakak-adik) (Wolf, 1966; Scott, 1972). Hubungan vertikal

(hirarkis) adalah hubungan dua pihak yang berlangsung secara tidak seimbang karena satu pihak mempunyai dominasi yang lebih kuat dibanding pihak lain, atau terjadi hubungan patron-klien. Hubungan diagonal adalah hubungan dua pihak di mana salah satu pihak memiliki dominasi sedikit lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Hubungan horizontal adalah hubungan dua pihak di mana masing-masing pihak menempatkan diri secara sejajar satu sama lainnya. Pada kenyataannya dalam suatu komunitas, termasuk komunitas nelayan, ketiga bentuk jaringan ini saling tumpang tindih dan bervariasi, serta bentuk yang satu tidak dapat secara tegas dipisahkan dari bentuk lainnya (Rudiatin, 1997). Jaringan sosial ini merupakan salah satu bentuk strategi nelayan dalam menghadapi lingkungan pekerjaannya yang tidak menentu (Rudiatin; Kusnadi, 2000).

## **2. Kemiskinan Nelayan**

Kehidupan nelayan terutama nelayan tradisional dianggap sebagai kelompok masyarakat miskin dan seringkali dijadikan objek eksploitatif oleh para pemilik modal (Bailey, 1982). Harga ikan sebagai sumber pendapatannya dikendalikan oleh para pemilik modal atau para pedagang/tengkulak (Mubiyarto dan Dove, 1985), sehingga distribusi pendapatan menjadi tidak merata. Gejala modernisasi perikanan tidak banyak membantu bahkan membuat nelayan atau nelayan buruh menjadi terpinggirkan (Satria, 2001). Kehadiran lembaga ekonomi, seperti koperasi, belum sepenuhnya dapat membantu upaya peningkatan taraf hidup nelayan.

### 3. Ketergantungan Nelayan pada Pemilik Modal

Ketergantungan para nelayan tradisional kepada para pemilik modal cukup besar karena pendapatan mereka tidak menentu, baik untuk memenuhi kebutuhan produksi ataupun kebutuhan hidup rumah tangganya. Dalam penyediaan alat produksi, nelayan seringkali harus membina hubungan dengan pihak penyandang dana. Nelayan/pongawa laut pun membina hubungan dengan nelayan sawi yang akan membantunya dalam kegiatan penangkapan ikan. Dalam aktivitas distribusi pemasaran, para nelayan juga berhubungan dengan pihak lain seperti para pedagang.

Berbagai hubungan yang dibina oleh para nelayan tersebut menunjukkan bahwa hubungan tersebut dapat seimbang atau tidak seimbang. Hubungan tidak seimbang biasanya menjadi hubungan patron-klien, dimana patron mempunyai dan memperoleh sumber daya yang berlebih dibanding kliennya. Sedangkan hubungan yang seimbang memperlihatkan pola hubungan yang bersifat pertemanan, seperti hubungan antar nelayan. Kedua pola hubungan sosial tersebut terjadi pada kelompok nelayan kecil (tradisional) atau pun pada kelompok nelayan besar. Namun, pola hubungan dalam kelompok nelayan besar lebih kompleks daripada dalam kelompok nelayan kecil, baik segi kuantitas atau pun kualitasnya.

Di Indonesia, sebagian besar kelompok nelayan tergolong ke dalam jenis nelayan kecil (tradisional) yang memiliki pola ekonomi subsisten. Untuk meningkatkan jumlah produksi mereka maka peralatan produksinya perlu diganti dengan yang lebih modern. Namun beberapa penelitian sebelumnya



terhadap nelayan skala besar menunjukkan bahwa distribusi pendapatan tidak memihak kepada mereka yang benar-benar sebagai nelayan, termasuk nelayan buruh. Hal ini dikarenakan peralatan produksi merupakan milik penanam modal, sedangkan nelayan hanya berperan sebagai anak buah kapal (ABK). Oleh karena itu, surplus produksi lebih banyak dinikmati oleh para pemilik modal dan para pedagang/tengkulak (Rudiatin, 1997; Kusnadi, 2000; dan Satria, 2001). Modernisasi produksi bagi kalangan nelayan skala kecil tidak cukup dengan hanya mengganti peralatan produksi. Meskipun demikian penting pula upaya memberdayakan nelayan kecil sekaligus mengembangkan hubungan-hubungan sosial di antara pihak yang terkait dalam sistem produksi dan sistem distribusi pemasarannya.

Pemilik modal dapat dibedakan menjadi pemilik modal yang meminjamkan uangnya kepada nelayan, seperti koperasi, dan pemilik modal yang menginvestasikan uangnya untuk membeli peralatan produksi sebagai miliknya sendiri (pongawa darat) (Bailey, 1982; Lampe, 1989; Rudiatin, 1997; Kusnadi, 2000; Satria, 2001).

#### **F. Saluran Distribusi Pemasaran yang Efektif dan Efisien Hasil Tangkapan Ikan Nelayan**

Distribusi diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengatur pemindahan barang dari produsen ke konsumen atau pemakai akhir. Jadi distribusi adalah jalur yang ditempuh pihak produsen dalam memasarkan produknya agar sampai ke tangan konsumen. Distribusi dapat saja dilakukan secara langsung

1992; Hasan, 1986; Saefuddin, 1984; Rhodes, 1993). Secara teoritis efisiensi pemasaran merupakan maksimisasi rasio antara luaran dan masukan yang digunakan dalam kegiatan pemasaran. Masukan yang dimaksud adalah berbagai sumberdaya ekonomi yang digunakan sedangkan luaran yang diperoleh berupa jasa-jasa pemasaran yang dihasilkan dari pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang (penyimpanan, sortasi dan grading, pengemasan, pengangkutan, dan sebagainya). Akan tetapi pengukuran efisiensi pemasaran berdasarkan konsepsi tersebut sulit dilakukan karena jasa-jasa pemasaran yang dilakukan oleh pedagang sulit diukur secara kuantitatif.

Beberapa indikator empirik yang sering digunakan dalam pengkajian efisiensi pemasaran di antaranya adalah margin pemasaran dan transmisi harga dari pasar konsumen kepada nelayan / petani ikan atau ke pasar produsen. Sistem pemasaran semakin efisien apabila besarnya margin pemasaran yang merupakan jumlah dari biaya pemasaran dan keuntungan pedagang semakin kecil. Dengan kata lain, perbedaan antara harga yang diterima nelayan / petani ikan dan harga yang dibayar konsumen semakin kecil. Adapun transmisi harga yang rendah mencerminkan inefisiensi pemasaran karena hal itu menunjukkan bahwa perubahan harga yang terjadi di tingkat konsumen tidak seluruhnya diteruskan kepada nelayan / petani ikan, dengan kata lain transmisi harga berlangsung secara tidak sempurna. Pola transmisi harga seperti ini biasanya terjadi jika pedagang memiliki

kekuatan monopsoni sehingga mereka dapat mengendalikan harga beli dari nelayan / petani ikan.

Sistem distribusi yang dimaksudkan adalah sistem penjualan dari hasil ikan yang diperoleh nelayan. Sistem distribusi dapat dilihat melalui dua kegiatan yaitu kegiatan pengangkutan dan penjualan/ pelelangan ikan. Kegiatan pengangkutan adalah kegiatan penanganan ikan yang dilakukan sejak tibanya atau kembalinya nelayan dari kegiatan menangkap ikan hingga ikan tersebut berada di tempat penjualan ikan, yaitu tempat pelelangan ikan (TPI) atau pihak konsumen. Kegiatan distribusi ini juga dikenal sebagai kegiatan pemasaran. Secara umum, pihak yang terlibat dengan nelayan dalam sistem distribusi atau pemasaran ikan ini adalah jasa angkutan, pihak TPI/Koperasi, dan pedagang.

Dalam aktivitas distribusi pemasaran, beberapa pihak yang mempunyai posisi penting adalah TPI/Koperasi dan pedagang. Hubungan sosial dalam aktivitas ini bersifat diagonal dan hirarkis, dimana nelayan dalam posisi subordinat. Dalam kondisi hubungan demikian, nelayan berada dalam posisi yang tergantung kepada pihak lain dan berkonsekuensi pada pembagian keuntungan yang tidak berpihak kepada nelayan. Peningkatan usaha dan pendapatan nelayan tergantung dari dua aktivitas nelayan, yaitu peningkatan pada sistem produksi dan sistem distribusi pemasaran. Kedua faktor ini penting mengingat peningkatan sistem produksi akan mengakibatkan hasil produksi yang lebih besar, sedangkan perbaikan dalam

sistem distribusi pemasaran mengakibatkan pembagian keuntungan akan menyebar secara merata dan adil.

Perbaikan sistem produksi menyangkut kebutuhan nelayan akan modal usaha. Lembaga penyedia modal, seperti koperasi dan bank, tidak selalu mudah memberikan pinjaman modal kepada nelayan. Hal ini menyebabkan beberapa nelayan mencari sumber lain seperti pemodal perorangan atau kerabatnya, dimana masing-masing membawa risiko tersendiri. Melihat kondisi ini, koperasi perlu diberikan suntikan dana sehingga dengan modal yang cukup itu nelayan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan tambahan modal usaha. Demi kesejahteraan nelayan, terutama nelayan buruh, ke depan perlu pula dipikirkan pentingnya keterlibatan nelayan sawi sebagai anggota koperasi terutama bagi mereka yang telah memantapkan dirinya untuk bekerja sebagai nelayan.

Dikatakan Rudiatin (1997) bahwa perbaikan sistem distribusi pemasaran menyangkut rekonstruksi sosial ekonomi yang mampu mensejajarkan posisi dari pihak-pihak yang terkait di dalam aktivitas ini, seperti mekanisme pelelangan dan berbagai dukungan teknis lainnya, misalnya cara mempertahankan kesegaran ikan. Pemerataan pendapatan memang merupakan kenyataan yang sulit untuk dijalankan, tetapi keinginan untuk saling membagi surplus produksi secara adil perlu dikedepankan. Dengan demikian, peningkatan kesejahteraan komunitas nelayan dapat dibangun melalui potensi lokal, yakni jaringan sosial yang terbentuk pada komunitas nelayan itu sendiri.

Secara empirik kemampuan bersaing suatu sistem bisnis perikanan pada dasarnya ditunjukkan oleh kemampuan dalam memproduksi dan memasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen (Saragih, 1994). Dengan kata lain sistem bisnis perikanan yang berdaya saing tinggi adalah sistem bisnis perikanan yang fleksibel atau mampu merespons setiap perubahan pasar secara efektif dan efisien. Efektif dalam pengertian bahwa respons yang diberikan oleh sistem bisnis perikanan sesuai dengan dinamika kebutuhan pasar (volume, tempat dan waktu) dan preferensi konsumen, sedangkan efisien memiliki makna bahwa sistem bisnis perikanan tersebut mampu memproduksi dan memasarkan produk dengan harga relatif murah untuk kualitas produk yang sama di tangan konsumen.

#### **G. Struktur Pasar Monopsoni dan Determinan Faktor yang Mempengaruhi serta Efisiensi Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan**

Dalam perdagangan komoditas perikanan umumnya dilibatkan berbagai kelompok pedagang seperti pedagang pengumpul, ponggawa, tengkulak, pengusaha / eksportir di daerah konsumen. Sistem pasar yang terbentuk seringkali mengarah pada pasar yang bersifat monopsoni atau oligopsoni (Baharsyah, 1980; Rao dan Subbarao, 1987; Saptana *et al.*, 2001).

Sistem pasar demikian dapat terjadi akibat kurangnya kompetisi di antara pedagang akibat jumlah pedagang yang terbatas. Walaupun jumlah pedagang yang terlibat cukup banyak tetapi dalam kegiatannya para

pedagang tersebut seringkali dikendalikan oleh satu atau beberapa pedagang tertentu. Hal ini menyebabkan terbentuknya sistem pasar monopsoni/oligopsoni yang terselubung dimana walaupun keadaan pasar tampaknya bersaing sempurna karena jumlah pedagang yang banyak tetapi sebenarnya dikuasai oleh pedagang-pedagang tertentu (Azzaino, 1984; Sudaryanto *et al.*, 1993).

Kondisi pasar seperti disebutkan di atas tidak menguntungkan bagi nelayan / petani ikan karena harga yang diterima akan dikendalikan oleh para pedagang yang memiliki kekuatan monopsoni. Pada kondisi pasar tersebut nelayan / petani ikan cenderung menerima harga yang rendah akibat perilaku pedagang yang berusaha memaksimalkan keuntungannya. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa pemasaran komoditas dengan kekuatan monopsoni/oligopsoni tidak efisien karena kepentingan nelayan / petani ikan sebagai produsen dapat dirugikan.

Fluktuasi harga seringkali lebih merugikan nelayan daripada pedagang karena nelayan/ petani ikan umumnya tidak dapat mengatur waktu penjualannya untuk mendapatkan harga jual yang lebih menguntungkan. Disamping itu fluktuasi harga yang tinggi juga memberi peluang kepada pedagang untuk memanipulasi informasi harga di tingkat nelayan / petani ikan sehingga transmisi harga dari pasar konsumen kepada nelayan / petani ikan cenderung bersifat asimetris. Artinya jika terjadi kenaikan harga di tingkat konsumen maka kenaikan harga tersebut tidak diteruskan kepada

nelayan / petani ikan secara cepat dan sempurna, sebaliknya jika terjadi penurunan harga (Simatupang, 1999).

Pada pasar, persaingan sempurna selisih antara harga yang dibayar konsumen dan harga yang diterima nelayan / petani ikan lebih rendah dibanding pada kondisi pasar monopsoni, dengan kata lain, margin pemasaran akan semakin besar jika terdapat kekuatan monopsoni. Pada kondisi pasar monopsoni transmisi harga dari pasar konsumen kepada nelayan / petani ikan juga berlangsung secara tidak sempurna. Pola transmisi harga seperti ini menyebabkan korelasi harga di tingkat konsumen dan di tingkat nelayan / petani ikan akan semakin rendah dan fluktuasi harga di pasar produsen akan lebih rendah daripada di pasar konsumen.

Umumnya besarnya margin pemasaran merupakan indikator yang paling sering digunakan untuk mendeteksi terjadinya inefisiensi pemasaran yang disebabkan oleh kekuatan pasar yang tidak sempurna. Namun perlu digarisbawahi bahwa margin pemasaran yang tinggi tidak selalu mencerminkan adanya kekuatan monopsoni yang secara teoritis ditunjukkan oleh adanya keuntungan pedagang yang berlebihan (*non zero profit*).

Hal tersebut terutama disebabkan karena besarnya margin pemasaran tersebut pada dasarnya merupakan total biaya pemasaran yang meliputi biaya operasional pemasaran yang dikeluarkan pedagang (biaya pengangkutan, penyimpanan, sortasi, *grading*) dan keuntungan pedagang. Sementara biaya operasional yang dikeluarkan pedagang dapat bervariasi menurut komoditas dan tergantung pada sifat kamba (*voluminous*) komoditas

yang dipasarkan, risiko kerusakan dan penyusutan selama proses pemasaran, risiko modal pedagang, dan fungsi-fungsi pemasaran lain yang harus dilakukan pedagang untuk memenuhi preferensi konsumen misalnya sortasi dan grading. Dalam kaitan ini jarak pemasaran antara daerah produsen dan daerah konsumen biasanya memiliki pengaruh signifikan karena akan mempengaruhi besarnya biaya sewa alat pengangkutan, biaya pengepakan, dan tingkat kerusakan selama proses pengangkutan.

Karena sebagai penerima harga maka untuk mendapatkan harga yang lebih menguntungkan nelayan/ petani ikan harus mampu memanfaatkan variasi harga yang terjadi di pasar baik menurut tempat, bentuk produk, waktu maupun kualitas produk. Hal ini berarti bahwa petani harus mampu mengatur pola penawarannya dengan mengatur kegiatan produksinya dan mengatur kegiatan pemasarannya (penyimpanan, sortasi dan grading, outlet pemasaran, dan sebagainya) yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

Akibat berbagai faktor nelayan / petani ikan menyebabkan nelayan seringkali tidak mampu mengatur pola penawarannya pada pasar yang lebih menguntungkan. Ketidak mampuan tersebut antara lain dipengaruhi oleh keterbatasan sumber pendapatan nonperikanan, keterbatasan fasilitas kredit, dan keterbatasan sarana (Rao dan Subbarao, 1987; Utami dan Ihalow, 1993).

Di samping itu keterbatasan informasi pasar dan permodalan serta kebutuhan konsumsi yang mendesak sering pula menyebabkan nelayan / petani ikan tidak mampu mengatur penawarannya untuk mendapatkan harga

yang lebih menguntungkan melalui pelaksanaan fungsifungsi pemasaran yang memadai (Kasryno, 1984; Irawan, 1986).

Transmisi harga dari tingkat konsumen kepada nelayan / petani ikan pada umumnya berbeda dan secara umum dipengaruhi oleh dua faktor (Wawan Ruswanto, 2003), yaitu :

- (1) *Pertama*, adanya kekuatan monopsoni/ oligopsoni pada pedagang sehingga mereka memiliki kekuatan untuk mengendalikan harga beli dari nelayan / petani ikan atau harga di tingkat produsen. Adanya kekuatan monopsoni pada pedagang menyebabkan kenaikan harga yang terjadi di tingkat konsumen tidak selalu diteruskan kepada petani secara sempurna. Kekuatan monopsoni/oligopsoni tersebut dapat terbentuk melalui beberapa cara yaitu : (a) kerjasama di antara para pedagang dalam menentukan harga pembelian dari petani, (b) menciptakan hambatan bagi pedagang lain untuk terlibat dalam pemasaran komoditas ikan yang bersangkutan, dan (c) menciptakan ketergantungan petani untuk hanya memasarkan hasil panennya kepada para pedagang tertentu. Cara yang terakhir tersebut biasanya ditempuh pedagang dengan memberikan pinjaman modal atau pinjaman input kepada para nelayan dengan kesepakatan nelayan harus menjual hasil tangkapannya kepada pedagang yang memberikan pinjaman modal.
- (2) *Kedua*, rantai pemasaran yang semakin panjang yang memungkinkan terjadinya akumulasi bias transmisi harga yang semakin besar. Rantai pemasaran yang semakin panjang antara lain dapat disebabkan oleh jarak pemasaran yang semakin jauh antara daerah produsen dan daerah konsumen. Jarak pemasaran yang lebih jauh dapat terjadi karena produksi komoditas terkonsentrasi di daerah-daerah tertentu sedangkan daerah konsumennya relatif tersebar dalam lingkup wilayah yang lebih luas.

Kedua faktor tersebut, pada umumnya relatif kuat pada pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan.

#### **H. Kerangka Konseptual**

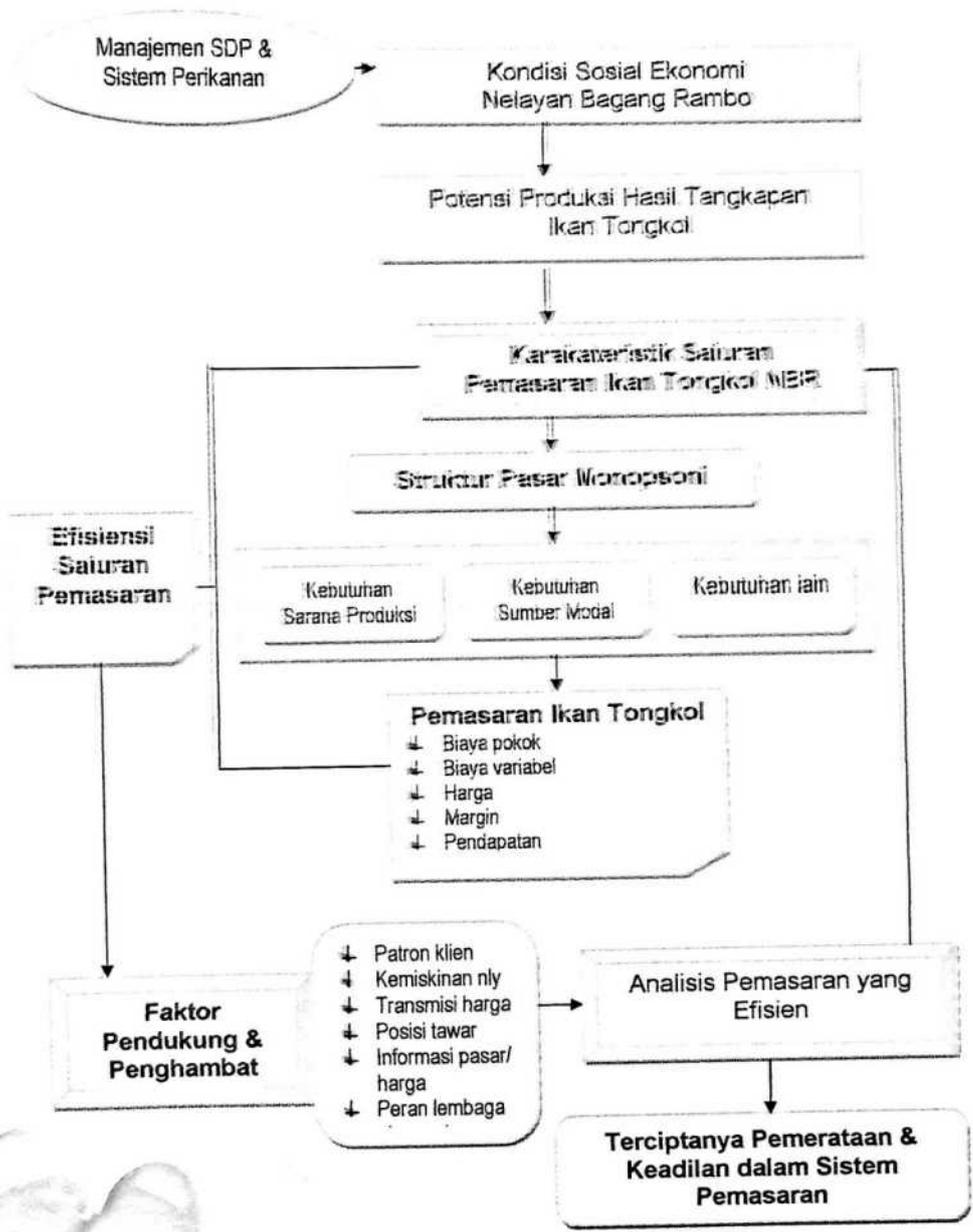
Potensi sumber daya perikanan dan kelautan tersebut, menjadi sumber mata pencaharian dan penghasilan bagi para nelayan, masyarakat pesisir, Ponggawa/pedagang, pengusaha perikanan, dan eksportir. Aktivitas sejumlah nelayan, khususnya nelayan bagan rambo, melakukan penangkapan ikan, secara nyata telah menghasilkan produksi perikanan dan secara aktif dipasarkan serta memberikan keuntungan pendapatan bagi nelayan dan keluarga mereka.

Para nelayan bagan rambo membutuhkan manajemen dan strategi pemasaran hasil tangkapan ikan tongkol bilamana ingin mencapai efektivitas atau optimal memberikan manfaat atau keuntungan. Menurut Kotler dan Amstrong (1997:20) bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Pemasaran produksi hasil tangkapan ikan tongkol oleh nelayan bagan rambo tersebut, sudah selayaknya memiliki strategi pola pemasaran yang efektif dan efisien agar mampu memperoleh keuntungan dan pendapatan

yang layak. Dengan saluran pemasaran yang efektif, memungkinkan nelayan dapat keluar dari jeratan kekuatan monopsoni dan oligopsoni pedagang.

Akibat dari semua kondisi tersebut, menyebabkan nelayan bagan rambo semakin banyak mengalami marginalisasi, diskriminasi, eksploitasi, manipulasi dan praktek lainnya yang cenderung semakin memiskinkan nelayan tersebut. Selama bertahun-tahun, nelayan harus pasrah menerima kendali monopsoni dan oligopsoni dari pedagang, juragan/ punggawa, pengusaha perikanan, dan eksportir dalam menetapkan harga jual dan pemasaran hasil tangkapan ikannya. Untuk jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## I. Definisi Operasional

Dalam upaya menyamakan persepsi terhadap variabel digunakan dalam penelitian iuu, maka diuraikan beberapa definisi operasional variabel sebagai berikut:

1. **Potensi** adalah besarnya produksi hasil tangkapan ikan tongkol yang dapat dihasilkan oleh nelayan bagan rambo di Kec.Tanete Riattang Timur Kab.Bone
2. **Nelayan** adalah nelayan yang menggunakan alat tangkap bagan rambo untuk menangkap ikan tongkol di Kec.Tanete Riattang Timur Kab.Bone
3. **Ikan tongkol** adalah salah jenis ikan yang dihasilkan dari hasil tangkapan nelayan dengan alat tangkap bagan rambo di Kec.Tanete Riattang Timur yang mana jenis ikan tersebut memiliki ciri-ciri atau sifat mudah rusak dari jenis tongkol pisang (*Auxis thazard*)
4. **Pemasaran** adalah penjualan hasil tangkapan ikan tongkol yang dihasilkan nelayan kepada pedagang untuk memperoleh keuntungan bagi peningkatan pendapatan dan pemenuhan kebutuhan ekonomi keluarganya di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kab.Bone
5. **Saluran pemasaran** adalah sistem distribusi penjualan ikan tongkol hasil tangkapan nelayan bagan rambo yang tersedia di Kec.Tanete Riattang Timur guna memperoleh keuntungan laba dan pendapatan. Hal ini dapat dilihat pada indikator berikut :

saluran ke pengecer/pedagang kecil

langsung ke Ponggawa darat dengan sistem bagi hasil

- c. Pemasaran langsung ke Ponggawa darat dengan sistem bagi hasil dengan potongan 10%
  - d. Pemasaran ponggawa darat langsung ke pengusaha cold storage
6. **Struktur pasar monopsoni** adalah sistem saluran distribusi pemasaran ikan tongkol oleh nelayan bagan rambo yang sepenuhnya dikendalikan oleh pemilik modal (ponggawa darat dan pedagang besar) akibat adanya ketergantungan akan kebutuhan sarana produksi, modal dan kebutuhan lainnya dalam memenuhi kebutuhannya di Kec.Tanete Riattang Timur. Hal ini dapat dilihat pada indikator berikut :
- a. Pemasaran ke pemilik modal karena kebutuhan sarana produksi
  - b. Pemasaran ke pemilik modal karena kebutuhan modal
  - c. Pemasaran ke pemilik modal karena kebutuhan lain
7. **Analisis pemasaran** adalah pilihan saluran distribusi pemasaran ikan tongkol oleh nelayan pada tingkat harga, margin, keuntungan dan pendapatan dalam pemasaran hasil tangkapan ikannya untuk memperoleh keuntungan di Kec.Tanete Riattang Timur Kab.Bone. Hal ini terlihat dari indikator :
- a. Harga**
- Harga adalah jumlah dan nilai uang yang harus dibayarkan oleh pemilik modal (pedagang/ ponggawa) kepada nelayan bagan rambo atas hasil penjualan ikan tongkolnya sesuai mutu produk ikan tongkol dan ketentuan harga yang ditetapkan / disepakati antara pedagang dan nelayan. Indikator ukuran : Rp.

**b. Margin pemasaran**

**Margin pemasaran** adalah perbandingan selisih antara harga yang diterima oleh nelayan dari pedagang dan konsumen pada kondisi pasar monopsoni.

**c. Efisiensi pemasaran** adalah Rasio pendapatan dan biaya dihubungkan dengan output yang dicapai

**d. Keuntungan**

Laba atau keuntungan adalah selisih positif antara penerimaan atau pendapatan total dengan biaya total dalam pemasaran ikan tongkol, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp)

**e. Pendapatan**

Pendapatan adalah penerimaan yang diperoleh dalam suatu siklus/waktu, terdiri dari pendapatan dari hasil penjualan langsung ikan tongkol, pendapatan dari sistem bagi hasil dari pemasaran kepada pemilik modal (pedagang, ponggawa)

8. Lembaga pemasaran yang terlibat terhadap hasil tangkapan Ikan tongkol nelayan Bagan Rambo adalah :
- a. Pedagang kecil adalah pedagang yang membeli secara langsung hasil tangkapan nelayan dengan volume <330 kg
  - b. Pedagang Menengah adalah pedagang yang membeli ikan hasil tangkapan nelayan melalui ponggawa darat dengan volume produksi 330 -1000 kg.

- c. Pedagang Besar adalah pedagang yang membeli ikan hasil tangkapan nelayan melalui ponggawa darat dengan volume produksi >1000 kg.

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan 3 (tiga) bulan yakni Desember s/d Pebruari 2009 dan fokus di wilayah Kec. Tanete Riattang Timur Kab. Bone (Gambar 2). Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan yaitu:

1. Kecamatan Tanete Riattang Timur merupakan kecamatan pesisir yang menjadi tempat bermukim sejumlah besar nelayan menghasilkan produksi perikanan tangkap yang besar
2. Sebagian besar nelayan menggunakan alat tangkap bagan rambo dan menghasilkan tangkapan ikan tongkol dalam jumlah besar, sehingga selalu ramai dikunjungi pedagang baik yang berasal dari wilayah Kab. Bone maupun yang berasal dari luar seperti Makassar, dengan maksud untuk melakukan transaksi jual beli.
3. Dalam memasarkan hasil tangkapan ikan tongkol, sebagian besar ponggawa laut/nelayan bagan rambo memiliki pola pemasaran tersendiri yang berlangsung turun temurun dengan menjalin hubungan dengan pedagang kecil /pengecer, ponggawa darat, dan pedagang besar.
4. Ikan Tongkol sengaja dipilih sebagai komoditi dalam penelitian ini karena jenis ikan ini mudah rusak, sehingga dibutuhkan penanganan cepat dan tepat, disamping merupakan hasil tangkapan paling banyak.

## B. Populasi dan Sampel

Jumlah alat tangkap bagan rambo yang ada di Kecamatan Tanete Riattang Timur adalah 37 unit. Jumlah tersebut terbagi dalam 3 Kelurahan, yaitu; 6 unit di Kelurahan Bajoe, 25 unit di Kelurahan Waetuwo dan 6 unit di Kelurahan Palette.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nelayan bagan rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur yang berjumlah 481 RTP.

Teknik pengambilan sampel bagan rambo dalam penelitian ini dipergunakan dengan perhitungan sebagai berikut :

1. Kelurahan Bajoe  $25\% \times 6 = 1,5$  (2 unit)
2. Kelurahan Waetuwo  $25\% \times 25 = 6,25$  (6 unit)
3. Kelurahan Palette  $25\% \times 6 = 1,5$  (2 unit)

Dengan demikian jumlah bagan rambo yang menjadi objek penelitian adalah 10 unit. Sedangkan dalam pengambilan sampel RTP bagan rambo digunakan teknik *purposive sampling* yaitu dari tiap-tiap bagan rambo diambil 6 orang sampel yang terdiri dari 1 orang ponggawa laut dan 5 orang sawi biasa. Sehingga jumlah sampel adalah 60 nelayan bagan rambo. Sedangkan untuk ponggawa darat/pedagang besar karena tidak terlalu banyak jumlahnya maka dilakukan sensus sejumlah 15 orang, sehingga total sampel adalah 75 orang.

### C. Jenis dan Sumber Data

#### 1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang ada.

#### 2. Sumber Data

- a. Data primer diperoleh setelah melakukan wawancara langsung dan mendalam dengan responden dan informan atau narasumber. Adapun Informan dan narasumber yang dipilih antara lain : keluarga nelayan, pedagang kecil, pedagang besar, juragan/ ponggawa, kepala DKP/ staf, pejabat instansi terkait, LSM, dan stakeholder lainnya.
- b. Data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka, dokumentasi, dan data dari instansi terkait sesuai dengan kebutuhan data dalam penelitian ini.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Upaya untuk memperoleh data yang representatif, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. *Kuesioner*, yaitu melalui distribusi atau penyebaran daftar isian pertanyaan kepada responden yang telah ditentukan.
2. *Interview*, yaitu melalui wawancara langsung, berstruktur dan mendalam dengan informan atau narasumber. Wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara.
3. *Observasi*, yaitu melalui pengamatan langsung di lapangan atau obyek yang diteliti atas kondisi ril yang terjadi.

4. *Dokumentasi*, yaitu melalui kajian literatur/ kepustakaan, dokumen peraturan perundang-undangan, surat-surat keputusan, dan sumber tertulis lainnya yang ada kaitannya dengan kebutuhan data dan informasi dalam penelitian ini.

#### E. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul, diolah dan kemudian dianalisis berdasarkan pendekatan analisis kualitatif-kuantitatif, sebagaimana pada Tabel 2.

**Tabel 2. Teknik Analisis Data**

No.	Tujuan	Variabel dan Evaluasi		Teknik Analisis yang digunakan
		Variabel	Evaluasi	
1	Untuk menjelaskan karakteristik saluran pemasaran ikan tongkol nelayan bagan rambo dan punggawa di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone	1) Bentuk saluran pemasaran nelayan bagan rambo 2) Bentuk saluran pemasaran Ponggawa pemilik bagan dan pedagang besar	Karakteristik saluran pemasaran ikan tongkol	Deskriptif Kualitatif
2.	Untuk menjelaskan saluran pemasaran ikan tongkol yang efisien bagi peningkatan pendapatan nelayan bagan rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone.	1) Kepuasan nelayan 2) Kepuasan pedagang 3) Pendapatan Nelayan 4) Margin keuntungan dari setiap saluran pemasaran 5) Efisiensi saluran pemasaran	Terciptanya pemerataan & keadilan serta peningkatan pendapatan nelayan	Deksriptif kualitatif Metode deduktif

1. Untuk menjawab rumusan masalah penelitian 1 yakni bagaimana karakteristik saluran pemasaran ikan tongkol nelayan bagan rambo pada struktur pasar monopsoni di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone, maka dipergunakan teknik analisis deskriptif – kualitatif dengan metode perbandingan (komparatif).

Analisis keuntungan dari pilihan saluran pemasaran dilakukan mencakup tingkat pendapatan dari hasil pemasaran ikan tongkol nelayan bagan rambo, Analisis ini menggunakan rumus Dahaklory (1991) dalam Soekartawi (1999), sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

- $\pi$  = Pendapatan dari hasil pemasaran ikan tongkol nelayan bagan rambo
- $TR$  = Total pendapatan dari penjualan ikan tongkol nelayan.
- $TC$  = Total biaya penjualan ikan tongkol nelayan bagan rambo.

Untuk mengetahui apakah pemasaran ikan tongkol dan pendapatan nelayan bagan rambo menurut takaran (volume) berada pada kategori menguntungkan atau tidak, maka dilakukan analisis R/C rasio terhadap pendapatan (Kadariah,1992; Soekartawi,1999), sebagai berikut :

$$R / C \text{ Rasio} = \frac{TR}{TC}$$

Dimana :

- R/C Rasio > 1 → menguntungkan
- R/C Rasio < 1 → tidak menguntungkan
- R/C Rasio = 1 → tidak untung dan tidak rugi

2. Untuk menjawab rumusan masalah penelitian 2 yakni bagaimana Margin pada masing-masing saluran pemasaran, menggunakan rumus:

$$AGM = \frac{Ps - Pb}{V}$$

dimana ,     AGM : Average Gross Margin  
               Ps : Nilai Penjualan  
               Pb : Nilai Pembelian  
               V : Volume Produksi  
 (Saefudin, AM, 1981).

Untuk mengukur tingkat efisiensi tata niaga pada setiap saluran pemasaran menurut Koesnadi (1990) dalam Mustafid (2008) adalah dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } \quad E = \frac{Z + Z_m}{C + C_m}$$

Keterangan :

e = Efisiensi per saluran pemasaran  
 Z = Keuntungan yang diterima oleh saluran pemasaran per satuan barang  
 C = Biaya saluran persatuan barang  
 Z<sub>m</sub> = Pendapatan produsen dari hasil penjualan persatuan barang  
 C<sub>m</sub> = Biaya penyaluran dan pemasaran yang dikeluarkan oleh produsen persatuan barang.

Kriteria penentuan efisiensi adalah jika  $e > 1$

Menurut Mubyarto, (1989). Sistem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat :

1. Mampu menyampaikan hasil dari nelayan produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya, dan
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen terakhir kepada semua yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan tataniaga barang itu.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Sosial Ekonomi Responden

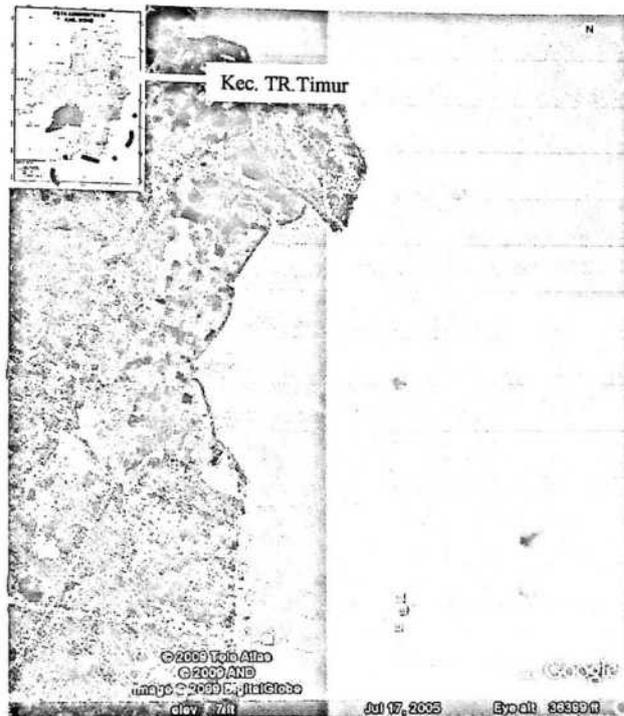
#### 1. Kedudukan Wilayah Kec. Tanete Riattang Timur

Kecamatan Tanete Riattang Timur merupakan salah satu kecamatan dari 27 kecamatan yang ada di Kabupaten Bone atau merupakan salah satu kecamatan pesisir dari 10 (sepuluh) kecamatan pesisir di daerah kabupaten tersebut.

Secara geografis Kecamatan Tanete Riattang Timur terletak pada koordinat  $4^{\circ}28'16''$  LS -  $4^{\circ}34'13''$  LS dan  $120^{\circ}21'49''$  BT -  $120^{\circ}23'48''$  BT, dengan luas wilayah 48,88 Km<sup>2</sup> dan kondisi topografi pada umumnya adalah dataran rendah. Potensi sumberdaya alam antara lain persawahan, perikanan tambak, dan perikanan laut (penangkapan ikan dan budidaya rumput laut), jasa perhubungan laut, dan kawasan wisata pantai dan bahari.

Secara administratif, Kecamatan Tanete Riattang Timur berbatasan dengan :

- Kecamatan Awangpone di Sebelah Utara
- Kecamatan Barebbo di Sebelah Selatan
- Kecamatan Tanete Riattang di Sebelah Timur
- Teluk Bone di Sebelah Barat



Gambar 2. Peta Kecamatan Tanete Riattang Timur

Luas wilayah Kecamatan Tanete Riattang Timur tersebut, terbagi dalam enam (enam) kelurahan yakni : Bajoe, Lonrae, Toro, Panyula, Palette dan Waetuo. Kecamatan Tanete Riattang Timur mempunyai luas wilayah  $\pm 48,88 \text{ Km}^2$  atau 1,07% dari total luas wilayah Kabupaten Bone. Kedudukan wilayah kecamatan ini tergolong strategis karena berbatasan langsung dengan Teluk Bone di pantai Barat.

## 2. Karakteristik Sosial Ekonomi Responden

Di Kabupaten Bone, khususnya di Kecamatan Tanete Riattang Timur, bermukim sejumlah nelayan di sepanjang pesisir pantai dengan karakteristik sosial ekonomi yang spesifik melangsungkan aktivitas kehidupan sehari-hari. Salah satu karakteristik yang menonjol dari aktivitas nelayan di kecamatan pesisir tersebut adalah pemanfaatan alat tangkap bagan rambo dalam kegiatan penangkapan ikan. Minat sejumlah nelayan menggunakan alat tangkap bagan rambo di Tanete Riattang Timur Kab.Bone tergolong cukup besar bahkan setaraf dengan minat sejumlah nelayan di Kabupaten Luwu dan Barru.

Berdasarkan data Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bone dan Kantor Kecamatan Tanete Riattang Timur, hingga akhir Desember Tahun 2008 tercatat 481 rumah tangga perikanan (RTP) nelayan yang tersebar pada tiga kelurahan yakni Kelurahan Waetuwo, Kelurahan Palette dan Kelurahan Bajoe menggunakan alat tangkap bagan rambo dalam melakukan kegiatan penangkapan ikan di laut. Keberadaan sejumlah besar nelayan menggunakan alat tangkap bagan rambo di Tanete Riattang Timur tersebut, secara turun temurun membentuk komunitas kehidupan sosial ekonomi dengan ciri khasnya tersendiri.

Karakteristik sosial (umur, pendidikan, pengalaman, status pekerjaan, peran isteri, jumlah tanggungan keluarga, kondisi tempat tinggal, akses fasilitas air bersih dan penerangan) dan karakteristik ekonomi (status

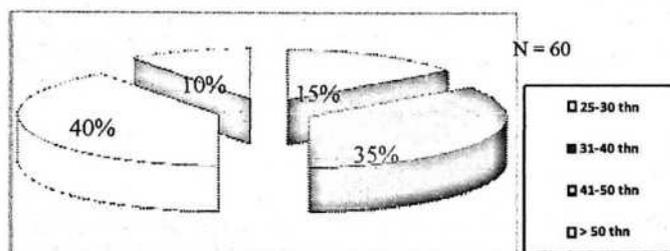
kepemilikan usaha dan jumlah alat tangkap, sumber modal, jumlah tenaga kerja dan pendapatan), diuraikan di bawah ini.

#### a. Karakteristik sosial

Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh data mengenai karakteristik responden.

##### 1. Kelompok umur

Secara umum kelompok umur nelayan bagan Rambo dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kelompok Umur Nelayan Bagan Rambo di Kec. Tanete Riattang Timur, 2009

Dari Gambar 3 terlihat bahwa kelompok umur nelayan bagan rambo terbanyak adalah usia 31 tahun sampai dengan 50 tahun yakni 75%, dan ini juga berarti bahwa sebagian besar dari mereka masih tergolong produktif.

Kelompok umur produktif tersebut terutama berasal dari kalangan nelayan sawi yang masih relatif muda bahkan masih ada sebahagian yang belum menikah. Hal ini juga mencerminkan besarnya minat kalangan penduduk (nelayan) terutama berusia muda untuk menekuni

pekerjaan pada usaha bagan rambo. Sementara 25% lainnya berumur lebih dari 50 tahun yang kebanyakan dari mereka adalah para ponggawa.

## 2. Tingkat pendidikan

Sebagian besar (75%) nelayan bagan Rambo hanya berpendidikan SD bahkan diantaranya tidak tamat SD. Hanya 25% yang mengenyam pendidikan SMP, SMA dan S1. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.

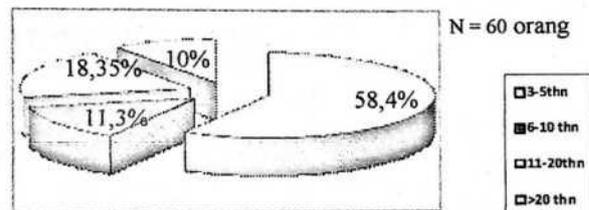


Gambar 4. Tingkat Pendidikan Nelayan Bagan Rambo di Kec. Tanete Riattang Timur, 2009

Nelayan bagan Rambo yang berpendidikan rendah kebanyakan adalah sawi yang tidak punya pilihan lain kecuali harus bekerja dan rela putus sekolah, sedangkan untuk pendidikan SLTP dan SLTA dan S1 umumnya dimiliki Ponggawa Laut dan Ponggawa Darat walaupun ada diantara ponggawa yang juga hanya tamat SD. Hal tersebut menunjukkan bahwa untuk menjadi nelayan bagan Rambo tidak memerlukan syarat pendidikan formal.

### 3. Pengalaman menekuni usaha

Pengalaman melaut nelayan bagan Rambo sangat bervariasi mulai dari 3 sampai 40 tahun. Tapi khusus dalam mengelola bagan rambo paling lama adalah 22 tahun, yaitu sejak pertama bagan Rambo masuk di Perairan Teluk Bone. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 5.

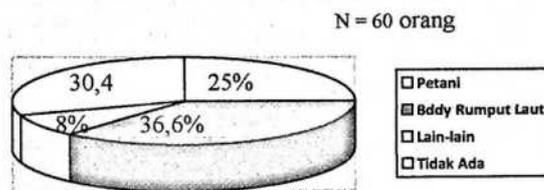


Gambar 5. Pengalaman Menekuni Usaha Bagan Rambo

Dari Gambar 5 terlihat bahwa 58,4% nelayan bagan rambo menekuni usaha antara 3 – 5 tahun dan 41,6% menekuni usaha lebih dari 6 tahun hingga 20 tahun lebih. Kelompok nelayan yang memiliki pengalaman 3-5 tahun terutama dimiliki oleh Sawi, sedangkan kelompok dengan pengalaman 6-10 tahun dimiliki oleh beberapa sawi dan Ponggawa laut. Sementara, pengalaman 11 tahun ke atas dimiliki oleh Ponggawa Laut dan Ponggawa Darat. Kenyataan demikian mengindikasikan bahwa lamanya pengalaman melaut akan memberikan peluang bagi sawi untuk menjadi ponggawa laut dan bahkan ponggawa darat.

#### 4. Pekerjaan sampingan

Demi memenuhi kebutuhan hidupnya, para nelayan bagan Rambo tidak hanya mengandalkan pendapatannya dari hasil tangkapan bagan Rambo, diantara mereka baik sawi maupun ponggawa memiliki pekerjaan sampingan seperti bertani di sawah, budidaya rumput laut, berdagang dan lain-lain. Namun diantaranya ada pula yang tidak mempunyai pekerjaan sampingan sama sekali. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 6.



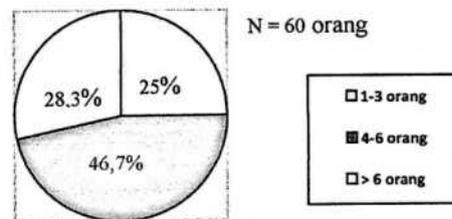
Gambar 6. Pekerjaan Sampingan Nelayan Bagan Rambo di Kec. Tanete Riattang Timur, 2009

Sebagian sawi mempunyai pekerjaan sampingan sebagai petani (25%), sementara 36,6% yang terdiri dari ponggawa laut, ponggawa darat dan dibantu oleh sawinya mempunyai sampingan budidaya rumput laut. Sebanyak 8% lainnya mempunyai pekerjaan sebagai pedagang sarana produksi (solar, jaring, es), pedagang kayu, bengkel dan sebagainya. Ponggawa dan sawi yang tidak memiliki pekerjaan sampingan yaitu sebesar 30,4%.

Besarnya minat ponggawa untuk membudidayakan rumput laut karena mereka tergiur harganya yang cukup baik terutama pada tahun 2007. Mengelola usaha rumput laut juga dapat mengisi kekosongan waktu bila tidak melaut karena terang bulan atau paceklik dan yang lebih utama adalah untuk menambah penghasilan. Biasanya usaha ini dibantu oleh sawi yang juga bekerja pada bagan Rambo miliknya sehingga dapat juga menambah penghasilan sawi.

#### 5. Jumlah tanggungan keluarga

Responden dalam penelitian ini adalah nelayan yang telah berkeluarga, sehingga telah mempunyai tanggungan antara 1 sampai lebih dari 6 orang. Persentase jumlah tanggungan dalam keluarga disajikan pada Gambar 7.

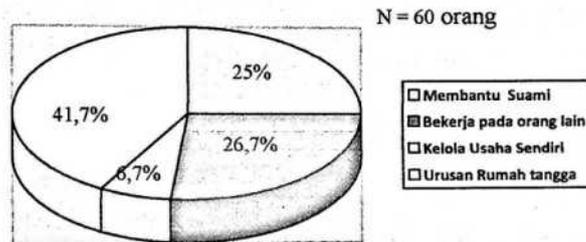


Gambar 7. Jumlah Tanggungan Keluarga Nelayan Bagan Rambo

Pada Gambar 7. terlihat bahwa 46,7% nelayan mempunyai tanggungan 4-6 orang, 28,3% mempunyai tanggungan lebih dari 6 orang dan 25% mempunyai tanggungan antara 1-3 orang.

## 6. Peran isteri

Untuk menambah pendapatan keluarga, seorang istri nelayan bagan rambo terkadang tidak hanya mengerjakan pekerjaannya di rumah, tetapi ikut mencari nafkah. Tetapi banyak juga istri nelayan yang hanya mengurus pekerjaan rumah saja. Secara rinci peran istri bagan rambo dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Peran Istri Nelayan Bagan Rambo

Dari Gambar 8. dapat dilihat bahwa 25% istri nelayan ikut membantu suaminya bekerja, yaitu menjual CK (jatah harian) atau hasil pancingan. Sebanyak 26,7% bekerja sebagai pengikat bibit rumput laut dan 6,7% mengelola usaha sendiri yaitu sebagai pedagang di pasar. Sementara sekitar 41,7% hanya mengurus rumah tangga. Perempuan yang bekerja ini terutama adalah istri sawi atau ponggawa laut yang merasa bahwa pendapatan suaminya belum mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Sedangkan istri Ponggawa Darat biasanya lebih banyak mengurus rumah tangga saja. Lain halnya para istri nelayan bagan rambo di Kel. Bajoe yang lebih banyak mengurus rumah dan secara bersama-sama mempersiapkan makanan untuk

semua anggota keluarga karena hampir semua sawi tinggal di rumah ponggawa.

#### **7. Kondisi tempat tinggal dan kepemilikan fasilitas**

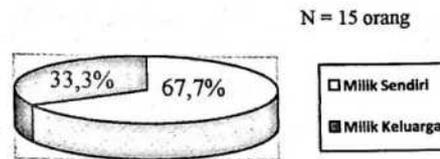
Sebanyak 83,3% nelayan bagan rambo menempati rumah panggung sebagai tempat tinggal dan sebagian besar (63,3%) hanya memiliki televisi dan radio saja, namun sebagian besar (86,7%) menggunakan jasa penerangan dari PLN, sedangkan untuk konsumsi air bersih sebagian besar (71,7%) masih menggunakan sumur.

#### **b. Karakteristik ekonomi**

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara mendalam terhadap 15 orang Ponggawa Darat dengan jumlah bagan 37 unit, diperoleh gambaran mengenai karakteristik pengelolaan usaha dan ekonomi nelayan bagan rambo Rambo di Kabupaten Bone. Secara rinci diuraikan sebagai berikut :

##### **1. Status kepemilikan usaha**

Nilai investasi yang cukup besar dari alat tangkap bagan Rambo membuat tidak semua nelayan dapat memilikinya. Ponggawa Darat yang memiliki secara penuh adalah mereka yang telah mempunyai modal dari menjual alat tangkap sebelumnya atau tabungan selama bertahun-tahun menjadi sawi dan ponggawa laut. Tetapi ada juga Ponggawa Darat yang dipercaya oleh keluarganya untuk mengelola bagan miliknya baik itu berstatus anak, menantu atau adik. Untuk jelasnya dapat dilihat pada Gambar 9.

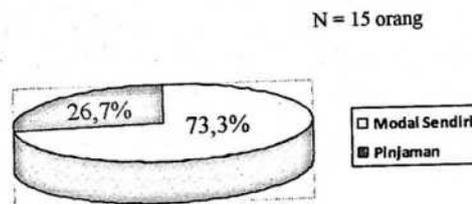


Gambar 9. Status Kepemilikan Usaha Bagan Rambo

Gambar 9 menunjukkan bahwa Ponggawa Darat yang memiliki sepenuhnya usaha bagan Rambo adalah sebesar 67,7%, sementara 33,3% lainnya mengelola bagan Rambo milik keluarganya.

### 3. Sumber modal

Sumber modal usaha bagan rambo, mulai dari investasi dan biaya operasional dapat berasal dari modal sendiri ataupun pinjaman. Secara rinci perbandingannya dapat dilihat pada Gambar 10.



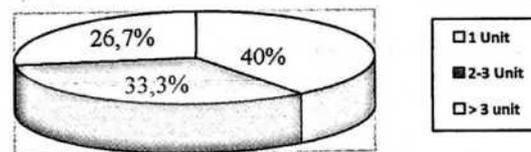
Gambar 10. Sumber Modal Usaha Bagan Rambo

Dari Gambar 10 terlihat bahwa mayoritas (73,3%) ponggawa pemilik bagan menggunakan modalnya sendiri untuk mengelola usahanya. Sementara yang lainnya (26,7%) meminjam dari Ponggawa Darat yang juga berperan sebagai pedagang besar. Kecilnya minat nelayan untuk meminjam

dana di koperasi atau bank karena mereka merasa banyak persyaratan yang harus dipenuhi dan pengurusannya lama. Sedangkan meminjam di pedagang besar lebih mudah dan tidak banyak persyaratan kecuali bahwa ikan hasil tangkapannya akan dijual kepada pedagang pemberi modal tersebut.

### 1. Jumlah kepemilikan bagan rambo

Walaupun nilai investasi bagan Rambo cukup besar, tapi beberapa Ponggawa Darat dapat memiliki lebih dari satu unit bagan. Hal ini karena mereka dapat menyisihkan sebagian dari hasil tangkapannya untuk membeli bagan baru. Jumlah kepemilikan alat tangkap bagan rambo dapat dilihat pada Gambar 11.

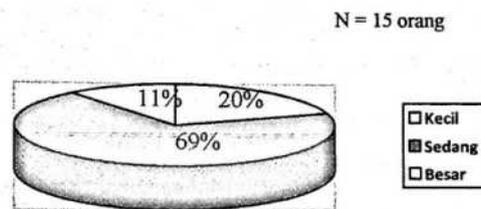


Gambar 11. Jumlah Kepemilikan Bagan Rambo

Pada Gambar 11 terlibat 40% Ponggawa Darat hanya mengelola usaha 1 (satu) unit bagan rambo, 33,3% mengelola 2-3 unit bagan rambo, dan ada sekitar 26,7% mengelola lebih dari 3 unit bagan rambo. Ponggawa pemilik yang mempunyai bagan Rambo lebih dari satu biasanya berfungsi sebagai pedagang.

## 2. Ukuran/Skala Usaha Bagan Rambo

Secara umum, ukuran bagan Rambo di Kabupaten Bone, khususnya di Kecamatan Tanete Riattang Timur lebih banyak yang berukuran sedang dan kecil. Beberapa bagan yang berukuran besar adalah bagan yang datang dari Kabupaten Palopo. Lebih rinci persentase ukuran bagan rambo dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 12. Ukuran Bagan Rambo

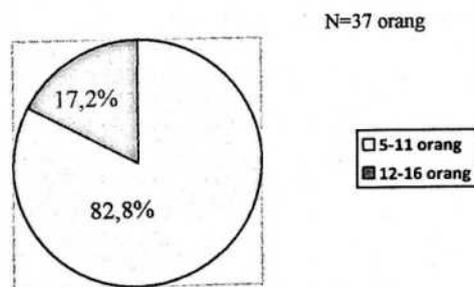
Dari Gambar 12 terlihat ada 20% bagan Rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur yang berukuran kecil, 69% berukuran sedang, dan 11% berukuran besar. Hal yang menarik adalah dari semua ukuran kapasitas listrik yang digunakan sama yaitu 20 KVA. Hal ini berbeda dengan temuan Made (2006) di Barru dan Luwu di mana untuk bagan Rambo ukuran kecil umumnya menggunakan tenaga listrik 15 KVA, ukuran sedang 17 KVA dan ukuran besar 20 KVA. Hasil wawancara dengan sejumlah nelayan dan ponggawa di Tenete Riattang Timur mengungkapkan bahwa ukuran bagan yang mereka gunakan disesuaikan dengan keinginan, kemampuan modal, target perolehan hasil tangkapan dan daerah *fishing ground*. Untuk ukuran

konstruksi atau rancang bangun bagan Rambo di Tanete Riattang Timur Kab.Bone, ukuran panjang dan jangkauan jaring sama dengan hasil temuan penelitian Made (2006).

Begitupun dengan jumlah lampu dimana lampu mercury sebagai menggiring gerombolan ikan (daya 250 watt) yang digunakan pada bagan Rambo di Kec. Tanete Riattang Timur adalah 20 – 30 buah untuk bagan ukuran kecil, 30 – 40 buah untuk bagan ukuran sedang, dan 40 – 50 buah untuk bagan ukuran besar. Lampu mercury yang berfungsi menarik dari jarak jauh (400 watt) antara 4 – 10 buah dan pengumpul ikan ke *catchable area* (300 - 500 watt) rata-rata 2-4 buah.

### 3. Jumlah Awak Bagan Rambo

Dalam operasi penangkapannya, bagan rambo dioperasikan oleh seorang ponggawa laut dan beberapa orang sawi. Variasi dari jumlah awak bagan rambo dapat dilihat pada Gambar 13.

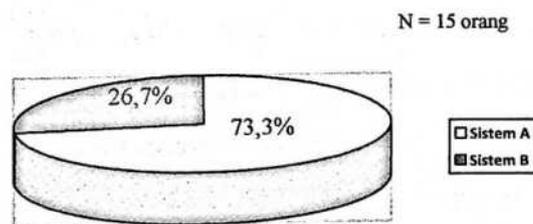


Gambar 13. Variasi Jumlah Awak Bagan Rambo

Dari Gambar 13 dapat dijelaskan bahwa dari 37 bagan yang ada 82,8% diantaranya menggunakan sawi antara 5 – 11 orang, sementara 17,2% lainnya menggunakan sawi 10 - 16 orang. Tidak ada batasan dan standar berapa jumlah sawi yang dibutuhkan, tetapi biasanya jumlah sawi disesuaikan dengan ukuran bagan, semakin besar ukuran bagan jumlah sawi yang dibutuhkan semakin banyak.

#### b. Sistem bagi hasil

Ada dua sistem bagi hasil yang umum digunakan pada usaha penangkapan bagan rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur, yaitu: dengan memotong 10% pendapatan sebelum bagi dengan ABK (Model A) dan yang langsung membagi pendapatan dengan ABK (Model B) keduanya setelah dikurangi biaya operasional. Persentase pemberlakuan dua sistem ini terlihat pada Gambar 14.

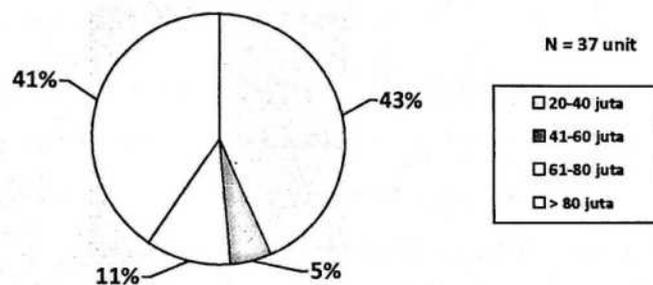


Gambar 14. Presentase Pemberlakuan Sistem Bagi Hasil

Dari Gambar 14 dapat dijelaskan bahwa sekitar 73,3% pegawai Darat memberlakukan model A dan 26,7% lainnya memberlakukan model B dalam bagi hasilnya.

### c. Pendapatan

Pendapatan tiap unit bagan rambo berbeda-beda tergantung pada musim, daerah fishing ground dan ukuran bagan rambo. Secara umum pendapatan dapat diklasifikasikan seperti pada Gambar 15.



Gambar 15. Pendapatan per Unit Bagan Rambo

Dari 37 bagan yang ada di Kec. Tanete Riattang Timur, sekitar 71,4% mempunyai pendapatan per unit bagan antara Rp 22.399.542 – 40.436.121, 14,3% berpendapatan Rp 44.700.480 – 80.694.204, 8,6% Rp 49.795.020 dan 5,7% lebih dari Rp 49.795.020,-. Data pendapatan ini diambil pada saat musim puncak menjelang biasa yakni bulan Januari dan Pebruari 2009. Skala bagan dan jumlah trip per bulan mempengaruhi jumlah pendapatan per unit bagan. Uraian tersebut, memberikan gambaran mengenai karakteristik kehidupan sosial ekonomi penduduk yang berprofesi sebagai nelayan dan menggunakan alat tangkap bagan rambo dalam usaha dan penangkapan ikannya.

## B. Analisis Usaha dan Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Nelayan Bagan Rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur

### 1. Produksi Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo

Nelayan dengan alat tangkap bagan Rambo secara nyata telah mampu memperoleh hasil tangkapan ikan tongkol dari periode penangkapan ke periode penangkapan berikutnya.

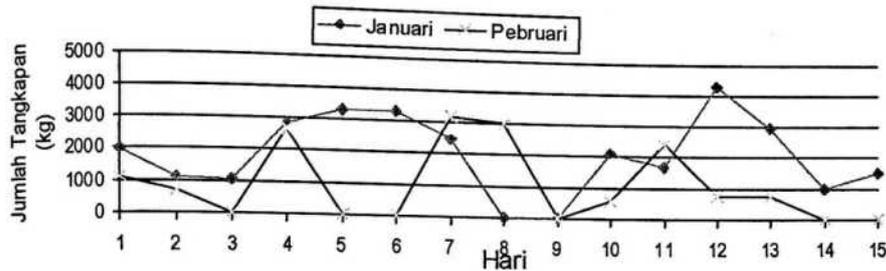
Dari hasil penelitian di Kecamatan Tanete Riattang Timur terhadap 15 nelayan pemilik bagan dengan 37 unit bagan, diperoleh gambaran mengenai rata-rata volume produksi ikan tongkol bulan Januari Ikan Tongkol 29.667 kg dan bulan Pebruari 16.434 kg/unit bagan Rambo, lebih jelas sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata-rata produksi (Kg) ikan tongkol oleh nelayan pemilik bagan dan pedagang besar Periode Januari dan Pebruari 2009

Hari ke-	Volume produksi (Kg)			
	Januari		Pebruari	
	1 bagan	37 bagan	1 bagan	37 bagan
1	1.980	73.260	1.122	41.514
2	1.122	41.514	693	25.641
3	1.056	39.072	0	0
4	2.871	106.227	2.673	98.901
5	6.600	244.200	0	0
6	0	0	0	0
7	2.475	91.575	3.201	118.437
8	0	0	3.003	111.111
9	0	0	0	0
10	2.112	78.144	561	20.757
11	1.683	62.271	2.013	74.481
12	4.290	141.570	2.409	89.133
13	2.970	109.089	759	28.083
14	990	78.144	-	-
15	1.518	36.630	-	-
Total	29.667	1.097.679	16.434	608.058

Sumber : hasil survey 2009

Perkembangan volume hasil tangkapan selama 2 bulan tersebut, juga dapat dilihat pada Gambar 16.



Gambar 16. Volume Produksi Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo di Kec.Tanete Riattang Timur, 2006 - 2009

Data Tabel 12 dan 13 serta grafik di atas menunjukkan bahwa

- Pada hari ke 1 – 5 bulan Januari 2009, nelayan bagan rambo memperoleh hasil tangkapan dan puncaknya pada hari ke-5 yakni 6.600 Kg atau 200 baskom, karena keterbatasan Es dan daya angkut armada, maka hasil tangkapan tersebut hanya termuat 100 baskom atau 3300 kg, baru dihari berikutnya yakni hari ke 6 sisa dapat terangkut.
- Pada hari ke 8 dan 9 bulan Januari, nelayan bagan rambo tidak memperoleh hasil tangkapan sama sekali
- Pada hari ke 10 – 15 bulan Januari, nelayan bagan rambo memperoleh hasil tangkapan dan puncaknya pada hari ke-12 yakni 130 baskom atau 4.290 Kg.
- Pada hari ke 3,5, dan 9 bulan Pebruari, nelayan bagan rambo tidak memperoleh hasil tangkapan sama sekali

- Pada bulan Pebruari, nelayan bagan rambo memperoleh hasil tangkapan paling banyak pada hari ke-7 dan 8 yakni masing-masing 97 baskom atau 3.201 Kg dan 91 baskom atau 3.003 kg.

Dari gambaran total volume produksi selama dua periode musim tangkapan (Januari dan Pebruari 2009) atas jumlah bagan yang ada, dapat disajikan produksi masing-masing nelayan bagan rambo pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Nelayan Bagan Rambo sebagai Ponggawa, pemilik bagan dan pedagang besar dengan kemampuan produksi menurut jumlah kepemilikan bagan Rambo di Kec. Tanete Riattang Timur, Januari – Pebruari 2009

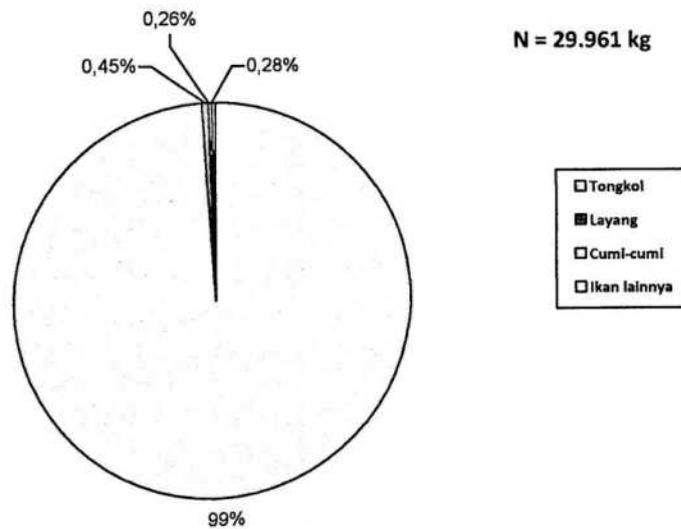
No.	Nama Nelayan dan Sekaligus Ponggawa Pemilik Bagan dan Pedagang Besar	Jumlah kepemilikan bagan Rambo	Jumlah Volume Produksi ((Kg))	
			Januari	Pebruari
	Kel.Waetuo			
1	Rustam	2	59.334	996
2	H.Aco	2	59.334	996
3	H.Arman	6	178.002	2.934
4	H.Darwis	5	148.335	2.445
5	H.Karoma	2	59.334	996
6	H.Karoma	1	29.667	489
7	Petta Rengke	1	29.667	489
8	Bunaing	4	118.668	1.956
8	Rusli			
	Kel.Bajoe			
9	H.Karim	2	59.334	996
10	H.Karim	4	118.668	1.956
11	Asis	1	29.667	489
12	Suardi	1	29.667	489
12	Sise			
	Pallete			
13	Ansar	1	29.667	489
14	Ambo	1	29.667	489
15	H.Sapide	1	29.667	489
16	H.Sapide	2	59.334	996
17	H.Dosi	1	29.667	489
17	H.Usman	1	1.097.679	608.058
	Jumlah	37	1.705.737	
	Total			

Sumber : hasil survey 2009

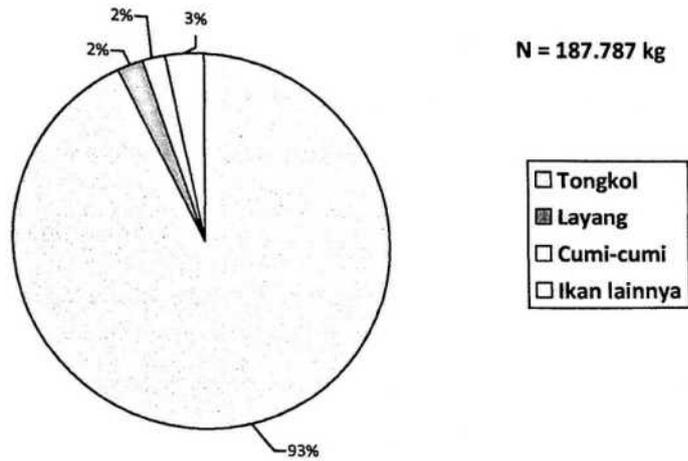
Data pada Tabel 4 menunjukkan bahwa :

- H. Arman, H. Darwis dan H. Rusli yang memiliki jumlah alat tangkap bagan rambo masing-masing sebanyak 6 unit, 5 unit dan 4 unit bagan rambo memperoleh hasil tangkapan paling besar di kelurahannya selama Januari dan Pebruari 2009. Ketiganya bermukim di Kelurahan Waetuwo.
- Di Kelurahan Bajoe, Asis yang memiliki jumlah alat tangkap 4 unit bagan rambo memperoleh hasil tangkapan paling besar di kelurahannya selama periode penangkapan Januari dan Pebruari 2009.
- Di Kelurahan Palette, H.Dosi yang memiliki jumlah alat tangkap 2 unit bagan rambo memperoleh hasil tangkapan paling besar di kelurahannya selama periode penangkapan Januari dan Pebruari 2009.
- Bulan Januari 2009, jenis Ikan Tangkapan Nelayan bagan Rambo Dominan Ikan Tongkol 29.667 kg atau 99%, ikan layang 133 kg atau 0,45%, Cumi-cumi 77 kg atau 0,26% dan ikan lainnya 84 kg atau 0,28%.
- Bulan Pebruari 2009, jenis Tangkapan Nelayan bagan Rambo masih didominasi Ikan tongkol yakni 16.434 kg atau 92,4 %, Ikan Layang 436 kg atau 2,45%, Cumi-cumi 325 kg atau 1,83 % dan ikan lain-lain 592 kg atau 3,33%

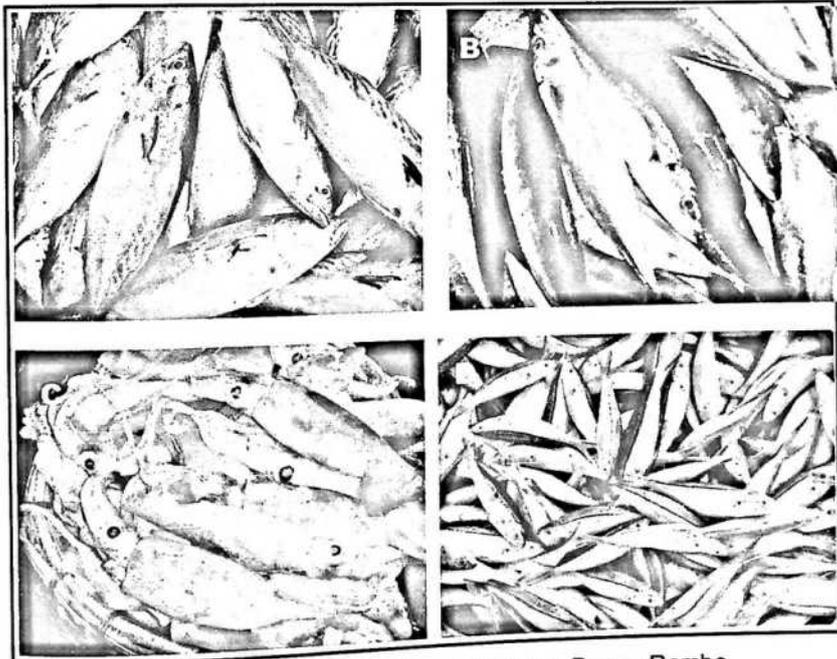
- Secara keseluruhan, volume produksi hasil tangkapan ikan tongkol paling besar terdapat di Kelurahan Waetuwo, sehingga dapat dikatakan bahwa konsentrasi produksi ikan tongkol di Taenete Riattang Timur terdapat di Kelurahan Waetuwo.
- Namun jenis ikan lainnya tidak dimasukkan dalam pendapatan nelayan bagan rambo pada sistim bagi hasil karena ikan tersebut diberikan ponggawa darat kepada sawi/ponggawa laut sebagai jatah harian (CK). Namun jenis yang tertangkap oleh nelayan bagan rambo dapat dipersentasekan dalam gambar 17. dan 18



Gambar 17. Persentase Jenis Ikan Hasil Tangkapan Bagan Rambo Bulan Januari 2009



Gambar 18. Persentase Jenis Ikan Hasil Tangkapan Nelayan bagan Rambo Bulan Pebruari 2009



Gambar 19. Jenis Ikan Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo  
(A. Tongkol, B. Layang, C. Cumi-cumi D. Rambe)

Pada Gambar 17 dan Gambar 18. menunjukkan bahwa pada bulan Januari sampai Pebruari 2009 merupakan puncak musim penangkapan untuk jenis ikan Tongkol dan mulai pada pertengahan bulan Pebruari, Maret, April dan Mei 2009 memasuki musim biasa. Dan Gambar 19 memperlihatkan jenis-jenis ikan tangkapan Nelayan bagan Rambo.

## 2. Analisis Usaha dan Sistem Bagi Hasil

Sistem bagi hasil perikanan di dalam kehidupan masyarakat Bugis di Kabupaten Bone khususnya di Tanete Riattang Timur biasa disebut *Teseng* antara majikan (Ponggawa) dan anak buah (ABK/Sawi).

Modernisasi produksi bagi kalangan nelayan skala kecil bagan rambo di Tanete Riattang Timur tidak cukup dengan hanya mengganti peralatan produksi. Meskipun demikian penting pula upaya memberdayakan nelayan kecil sekaligus mengembangkan hubungan-hubungan sosial di antara pihak yang terkait dalam sistem produksi dan sistem distribusi pemasarannya (Kusnadi,2000).

Usaha penangkapan ikan dengan alat tangkap bagan Rambo, tidak dilakukan secara sendiri-sendiri atau satu atau dua orang saja, melainkan melibatkan lebih dari 10 orang. Dari jumlah tersebut, di dalamnya terdapat 3 (tiga) kelompok status yang melekat pada setiap komponen yaitu :

- 1). Nelayan buruh (disebut Sawi), Kelompok ini jumlahnya paling banyak dan umumnya berasal dari kalangan dengan tingkat pendapatan yang rendah. Kelompok ini juga disebut Sawi dan bertugas mengoperasikan

bagi hasil dari total produksi hasil tangkapan pada satu periode penangkapan.

Tabel 7. Rata-rata volume produksi (Kg) ikan tongkol oleh nelayan pemilik bagan dan pedagang besar per 1 unit bagan di Kec.Tanete Riattang Timur, Periode Penangkapan bulan Januari dan Pebruari Tahun 2009

Hari ke-	Volume Produksi dan Harga Penjualan (Rp./Kg)			Keterangan
	Volume Produksi (Kg)		Total	
	Januari	Pebruari		
1	1.980	1.122	3.102	Harga Penjualan (Rp./Kg) (1) Harga minimum Rp.1.363 /Kg (2) Harga sedang Rp.2.720/Kg (3) Harga maksimum Rp.3.030/Kg
2	1.122	693	1.815	
3	1.056	0	1.056	
4	2.871	2.673	5.544	
5	6.600	0	6.600	
6	0	0	0	
7	2.475	3.201	5.676	
8	0	3.003	3.003	
9	0	0	0	
10	2.112	561	2.673	
11	1.683	2.013	3.696	
12	4.290	2.409	6.699	
13	2.970	759	3.029	
14	990	-	990	
15	1.518	-	1.518	
$\Sigma$	29.667	16.434		
Total	46.101			

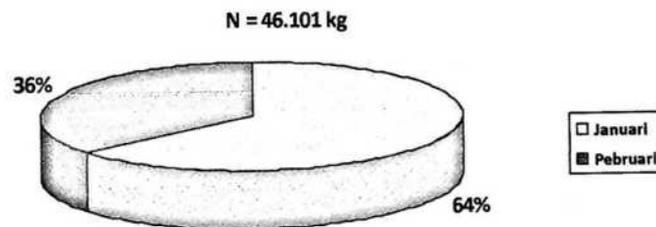
Sumber : hasil olahan data primer, 2009

Dari data Tabel 7. dapat dihitung Volume Penjualan hasil tangkapan ikan tongkol menurut level harga sebagaimana disajikan pada Tabel 8, Gambar 20 dan Gambar 21

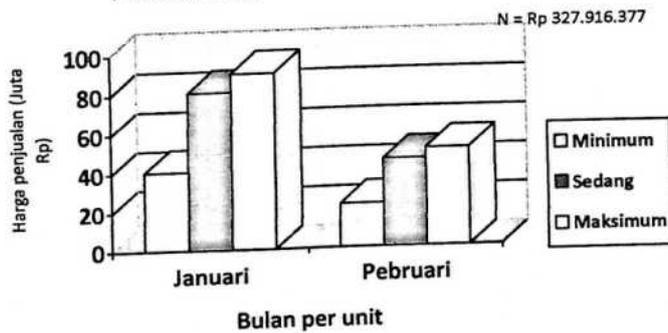
Tabel 8. Volume penjualan ikan tongkol oleh nelayan menurut periode penangkapan, harga dan jumlah produksi hasil tangkapan per 1 unit bagan rambo di Kec.Tanete Riattang Timur pada Periode Penangkapan Musim Sedang (Januari s/d Feb 2009)

No	Periode Penangkapan dan Volume Produksi	Volume penjualan menurut harga (Rp)		
		Minimum	Sedang	Maksimum
1	Januari			
	29.667 Kg	Rp.40.436.121	Rp.80.694.204	Rp.89.891.010
2	Pebruari			
	16.434	Rp.22.399.542	Rp.44.700.480.	Rp.49.795.020
	Total	Rp.62.835.663	Rp.125.394.684	Rp.139.686.030

Sumber : hasil olahan data primer, 2009



Gambar 20. Persentase Tangkapan Nelayan Bagan Rambo bulan Januari- Pebruari 2009



Gambar 21. Pendapatan Nelayan Bagan Rambo berdasarkan variasi harga.

Selanjutnya dari data Tabel 8, dapat dihitung pendapatan nelayan dari sistem bagi hasil yang berlaku, sebagaimana disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Pendapatan dan keuntungan berdasarkan Sistem Bagi Hasil nelayan per 1 unit bagan rambo di Kec. Tanete Riattang Timur pada Periode Penangkapan Musim Puncak (Januari s/d Pebruari 2009)

No	Uraian	Volume Penjualan (Rp)			
		Minimum	Sedang	Maksimum	
1	Biaya operasional	Rp.7.000.000 (11,1%)	Rp.8.000.000 (6,4%)	Rp.9.000.000 (6,4%)	
2	Harga jual produksi	Rp.62.835.663	Rp.125.394.684	Rp.139.686.030	
<b>SISTEM BAGI HASIL</b>					
<b>Model A</b>					
3	Pendapatan (Tanpa Potongan harga)	Rp.55.835.663 (88,9%) (3-1)	Rp.117.394.684 (93,6%) (3-1)	Rp.130.686.030 (93,6%) ((3-1)	Persentase Bagi Hasil
		Bagian diperoleh Ponggawa Darat			50%
	a. Ponggawa darat	Rp.27.917.831,50	Rp.58.697.343	Rp.65.343.015	
		Bagian diperoleh Ponggawa Laut + Sawi			50%
	b. Ponggawa laut + Sawi	Rp.27.917.831,50	Rp.58.697.343	Rp.65.343.015	
		Bagian diperoleh Ponggawa Laut dan Sawi			
	# P. Laut	Rp. 3.489.728.9	Rp. 7.337.167.8	Rp. 8.167.876.8	
	# Sawi	Rp. 1.163.242.9	Rp. 2.445.722.6	Rp. 2.722.625.6	
<b>Model B</b>					
4	Pendapatan (Dengan Potongan harga 10%)	Rp.55.835.663 (88,9%)	Rp.117.394.684 (93,6%)	Rp.130.686.030 (93,6%)	Persentase Bagi Hasil
	Potongan 10%	Rp.5.583.566,30	Rp.11.739.468,40	Rp.13.068.603,00	
		Rp.50.252.096,70 (78,9%)	Rp.105.655.215,60 (83,6%)	Rp.117.671.427 (83,6%)	
		Bagian diperoleh Ponggawa Darat			50%
	a. Ponggawa darat	Rp.25.126.048,35	Rp.52.827.607,80	Rp.58.835.713,50	
		Bagian diperoleh Ponggawa Laut + Sawi			50%
	b. Ponggawa laut + Sawi	Rp.25.126.048,35	Rp.52.827.607,80	Rp.58.835.713,50	
		Bagian diperoleh Ponggawa Laut dan Sawi			
	# P. Laut	Rp. 3.781.512	Rp. 6.603.450	Rp. 7.354.464	
	# Sawi	Rp. 1.260.504	Rp. 2.201.150	Rp. 2.451.488	

Sumber : hasil olahan data primer, 2009

Selanjutnya dari data Tabel 9, dapat diperoleh gambaran mengenai perbandingan pendapatan antara Ponggawa Darat, Ponggawa laut dan Nelayan Sawi berdasarkan sistem bagi hasil yang berlaku, sebagaimana disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Perbandingan Pendapatan dan keuntungan antara Ponggawa Darat, Ponggawa Laut dan Nelayan Sawi berdasarkan sistem bagi hasil yang berlaku pada tingkat harga di Kec.Tanete Riattang Timur, 2009

No	Uraian	Pendapatan/keuntungan pada tingkat harga			Sistem Bagi Hasil Berlaku
		Minimum	Sedang	Maksimum	
	Total Harga Jual - biaya produksi	Rp.55.835.663	Rp.117.394.684	Rp.130.686.030	
1	Ponggawa Darat	Rp.34.035.983,5 (54,17%)	Rp.31.794.393,6 (53,2%)	Rp. 65.887.266,25 (54,2%)	Model A
2	Ponggawa Laut	Rp. 7.854.457,8 (12,49%)	Rp. 7.337.167,8 (12,49%)	Rp. 16.335.753,75 (12,5%)	
3	Total Sawi	Rp. 34.917.831,5 (38,9%)	Rp. 29.348.671, (38,9%)	Rp. 65.343.015 (38,9%)	
	Dibagi 12 Sawi				
	Per 1 Sawi	Rp.2.618.152,6 (4,1%)	Rp.2.445.722,6 (4,16%)	Rp.5.445.251,25 (4,16%)	
1	Ponggawa Darat	Rp.34.559.614,7 (61,1%)	Rp.64.567.076,2 (61,1%)	Rp.71.904.316,5 (52,5%)	Model B
2	Ponggawa Laut	Rp. 7.069.012 (12,49%)	Rp. 13.206.909,95 (12,5%)	Rp. 7.354.464 (21,1%)	
3	Total Sawi	Rp. 28.276.048 (38,9%)	Rp. 52.206.909,95 (38,9%)	Rp. 58.835.713,5 (38,9%)	
	Dibagi 12 Sawi				
	Per 1 Sawi	Rp.2.356.337,36 (4,16%)	Rp.4.402.300,6 (4,16%)	Rp.2.451.488 (2,08%)	

Sumber : hasil olahan data primer, 2009

Berdasarkan Tabel 10 , dapat diketahui bahwa :

Pada Model A : tanpa potongan harga

- (a) Ponggawa Darat rata-rata memperoleh porsi bagi hasil sebesar 54% dari total volume penjualan.
- (b) Ponggawa Laut rata-rata memperoleh porsi bagi hasil sebesar 12,5% dari total volume penjualan.
- (c) Sawi rata-rata memperoleh porsi bagi hasil sebesar 4,2% dari total volume penjualan.

Nelayan sawi yang memilih sistim bagi hasil model A sebanyak 26,6% disebabkan karena mereka mengikuti hasil kesepakatan antara ponggawa darat dengan ponggawa laut yang menerepkan sistim ini adalah Ansar, H sapide, H Usman, dan H Dosi (Kel. Palette) dan H Karim serta Asis (Kel. Bajoe)

Pada Model B : dengan potongan 10%

- (a) Ponggawa Darat rata-rata memperoleh porsi bagi hasil sebesar 58,6 % dari total volume penjualan.
  - (b) Ponggawa Laut rata-rata memperoleh porsi bagi hasil sebesar 12,5% dari total volume penjualan.
  - (c) Sawi rata-rata memperoleh porsi bagi hasil sebesar 1,8% dari total volume penjualan.
- Sementara Sawi yang memilih model B adalah 73,3% semua sawi

yang ponggawanya di kelurahan Waetuo dan sise serta Suardi (Kel Bajoe)  
Dari data Tabel 10. baik pada sistem bagi hasil model A maupun mode B juga mengindikasikan bahwa :

- (1) Porsi bagi hasil paling besar untuk Ponggawa Darat diperoleh pada level harga minimum.
- (2) Porsi bagi hasil yang agak lebih tinggi (namun tidak signifikan) untuk Ponggawa Laut diperoleh pada level harga sedang dan maksimum.
- (3) Porsi bagi hasil yang agak lebih tinggi (namun tidak signifikan) untuk Sawi diperoleh pada level harga sedang dan maksimum.

Secara keseluruhan dari sistem bagi hasil tanpa potongan harga tersebut, dengan jelas diperoleh gambaran bahwa Ponggawa darat pedagang besar sangat kuat memonopsoni ponggawa laut dan sawi, dan rata-rata ponggawa darat/pedagang besar tersebut memperoleh keuntungan yang jauh lebih besar (yakni rata-rata antara 54% dibanding ponggawa laut dan sawi yang rata-rata hanya memperoleh keuntungan masing-masing untuk ponggawa laut adalah 12,5% dan untuk sawi adalah 4,2%.

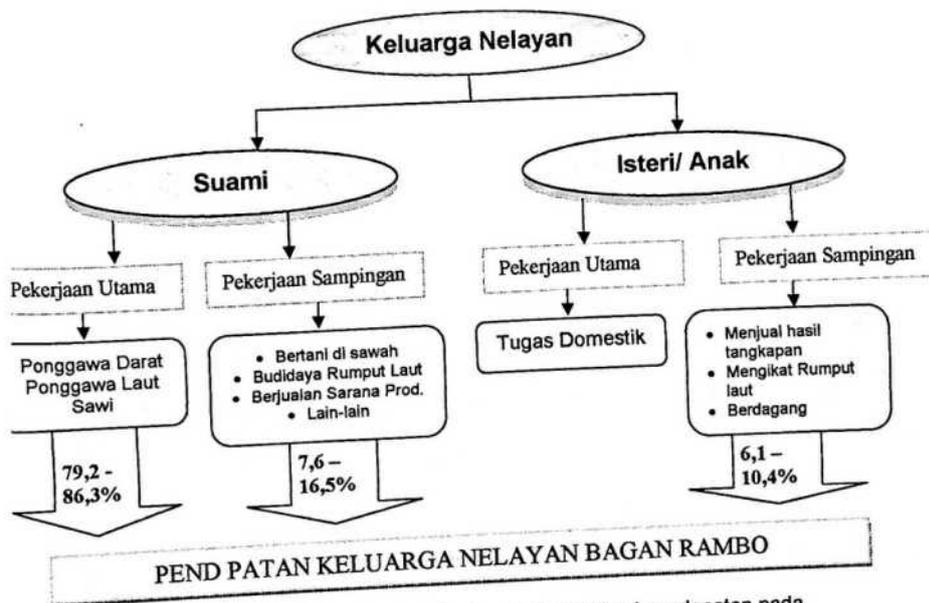
Realitas tersebut di atas sejalan dengan pendapat Nessa (1981) dalam Fahrudin, A dkk, (1996) bahwa sistem bagi hasil antara ponggawa/pedagang besar sebagai pemilik modal dengan nelayan adalah monopsoni di mana punggawa pedagang besar memperoleh keuntungan pendapatan yang jauh lebih besar karena menguasai harga.

Harga ikan sebagai sumber pendapatannya dikendalikan oleh para pemilik modal atau para pedagang/tengkulak (Mubyarto dan Dove, 1985), sehingga distribusi pendapatan menjadi tidak merata. Gejala modernisasi perikanan tidak banyak membantu bahkan membuat nelayan atau nelayan

buruh menjadi terpinggirkan (Satria, 2001). Kehadiran lembaga ekonomi, seperti koperasi, belum sepenuhnya dapat membantu upaya peningkatan taraf hidup nelayan.

### 3. Pendapatan Keluarga Nelayan Bagan Rambo

Di Kecamatan Tanete Riattang Timur, kehadiran keluarga nelayan bagan rambo secara nyata telah menunjukkan bahwa keluarga nelayan memberikan kontribusinya pada ekonomi keluarga dan telah terjadi pergeseran paradigma dari tanggung jawab domestik semata kepada peningkatan pendapatan keluarga. Struktur fungsional dan pembagian tugas dalam perolehan pendapatan keluarga di kalangan sawi, ponggawa laut dan ponggawa darat disajikan pada Gambar 22.



Gambar 22. Pembagian tugas pekerjaan dan kontribusi pendapatan pada keluarga nelayan bagan Rambo di Tanete Riattang Timur, 2009

Gambar 22. memperlihatkan bahwa dalam keluarga nelayan (Sawi) bagan rambo, terdapat pembagian tugas pekerjaan antara suami dan isteri/ anak dalam kontribusi perolehan pendapatan keluarganya.

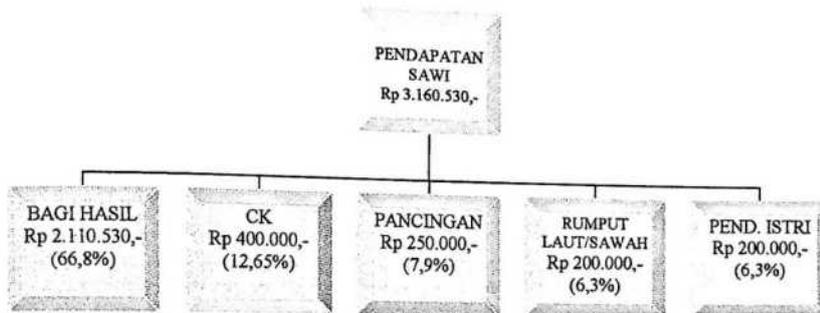
### 1) Keluarga Sawi

Sebagai seorang kepala rumah tangga, seorang sawi berusaha untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya. Sehingga selain mengharapkan bagi hasil yang nilainya berkisar Rp 250.000 sampai Rp 3.000.000, mereka melakukan kegiatan memancing di bagan sambil menunggu jaring diangkat. Menurut hasil wawancara, karena ada kesempatan memancing inilah mereka mau bertahan menjadi sawi walaupun bagi hasil tidak mencukupi. Terkadang sawi dapat memancing seekor ikan besar (misalnya hiu) yang dapat dijual seharga Rp 350.000,-. Selain itu mereka juga mendapat uang harian yang besarnya tergantung kebijakan ponggawa darat. Para ponggawa di Kel. Waetuwo dan Palette memberi CK (jatah harian) berupa ikan dari sebagian hasil tangkapannya, biasanya berupa satu ember ikan. Harga 1 ember ikan bervariasi tergantung jenis yang berkisar antara Rp 20.000,- - 50.000,-. Sedangkan di Kel. Bajoe, sawi diberikan uang harian antara Rp 20.000,- - Rp 30.000 dan ponggawa laut Rp 30.000 - 50.000 (tergantung dari hasil tangkapan). Tapi bila sawi dan ponggawa laut tinggal di rumah ponggawa darat (ditanggung makan) diberikan uang saku Rp 5.000 - 10.000,-/hari. Bila tidak

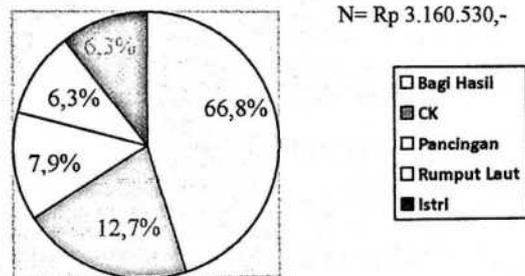
melaut, sebagian sawi melakukan pekerjaan sampingan yaitu bertani atau mengelola usaha rumput laut.

Perempuan sebagai isteri dan ibu rumah tangga, disamping melakukan urusan domestiknya (urusan rumah tangga) juga terlibat dalam pekerjaan di luar rumah. Perempuan tersebut berpartisipasi bukan hanya dalam membantu meringankan pekerjaan suami seperti menjual hasil pancingan dan CK melainkan juga terlibat mengambil peran sebagai tenaga kerja upahan pada usaha budidaya rumput laut terutama yang dikelola oleh orang lain. Seorang istri sawi dapat mengikat 4 – 8 bentangan tiap harinya, dimana 1 bentangan diberi upah sebesar Rp 4.500,-. Tapi pekerjaan ini bersifat musiman sehingga tidak dapat diandalkan sebagai pekerjaan tetap.

Semua unsur-unsur pendapatan tersebut menjadi pendapatan keluarga dimana suami dan istri bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dari hasil wawancara diperoleh data pendapatan keluarga sawi baik pada musim puncak, musim biasa dan musim paceklik dimana istri berperan aktif mencari nafkah Rata-rata sumber pendapatan nelayan sawi bagan Rambo dapat dilihat pada Gambar 23 dan 24.



Gambar 23. Rata-rata Sumber Pendapatan Sawi Tiap Bulan



Gambar 24. Persentase Unsur-unsur Pendapatan Sawi

Dari Gambar 24. terlihat bahwa jumlah pendapatan rata-rata sawi jika mempunyai pekerjaan sampingan dan istrinya ikut bekerja adalah Rp 3.160.530. Jumlah ini termasuk tinggi dan jauh di atas Upah Minimum Regional Kab. Bone (Rp. 625.000,-). Sumber terbanyak dari pendapatan tersebut adalah dari keterlibatannya dalam operasional bagan Rambo (Bagi hasil, CK dan hasil pancingan) yaitu sebanyak 79,2%. Dengan demikian anggapan bahwa nelayan mempunyai pendapatan yang rendah dan termasuk rakyat miskin tidak sepenuhnya benar.

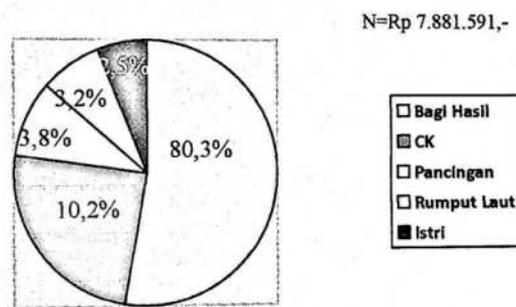
## 2) Keluarga Ponggawa Laut

Seorang Suami yang menjadi Ponggawa Laut dengan perannya yang lebih besar pada suatu operasi penangkapan bagan Rambo mempunyai porsi yang lebih besar juga dalam bagi hasil dan CK. Untuk bagi hasil seorang ponggawa laut mendapat dua kali bahkan diantaranya tiga kali lipat dari sawi. Sehingga rata-rata ponggawa laut mendapat bagi hasil sebesar **Rp 6.331.591,-** dan CK **Rp 800.000**. Sementara hasil pancing tergantung pada keahlian masing-masing, tetapi karena ponggawa laut juga orang yang lebih berpengalaman daripada sawi maka hasil pancingannya juga biasanya lebih banyak yaitu rata-rata per bulan Rp 300.000. Diantara ponggawa laut juga membantu ponggawa darat dalam mengelola rumput laut dengan rata-rata penghasilan Rp 250.000 per bulan. Sehingga jumlah pendapatan seorang suami yang menjadi ponggawa laut rata-rata **Rp 7.881.591**

Istri ponggawa laut yang bekerja biasanya sebagai pengikat rumput laut atau berjualan di pasar dengan penghasilan rata-rata per bulan Rp 200.000,-. Sehingga jumlah pendapatan keluarga ponggawa laut adalah Rp 7.881.591,-. Rata-rata pendapatan ponggawa laut dapat dilihat pada Gambar 25 dan 26.



Gambar 25. Rata-rata Sumber Pendapatan Ponggawa Laut Tiap Bulan



Gambar 26. Persentase Unsur-unsur Pendapatan Ponggawa Laut

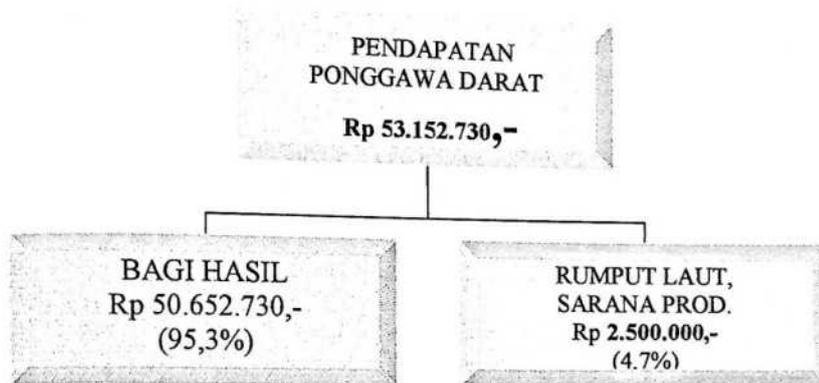
Gambar 24 dan 25. menunjukkan bahwa sumber pendapatan paling besar keluarga Ponggawa Laut di Tanete Riattang Timur berasal dari usaha bagan rambo (yakni bagi hasil 80,3%, CK 10,2% dan hasil pancing 3,8%) dan sisanya 3,2% berasal dari upah kerja rumput laut atau bertani dan 2,5% adalah pendapatan istri. Ini juga berarti bahwa keluarga nelayan masih menggantungkan sebagian besar (94,3%) sumber pendapatannya dari usaha alat tangkap bagan rambo.

### 3) Keluarga Ponggawa Darat

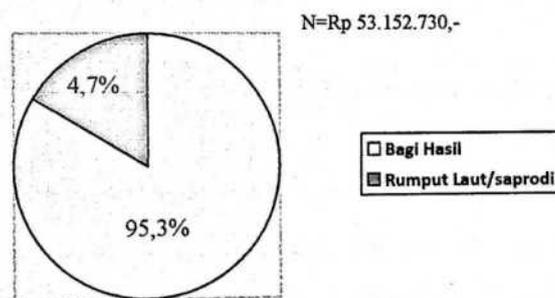
Sebagai pemilik modal, Ponggawa Darat mempunyai porsi yang paling tinggi dalam bagi hasil yang besarnya berkisar antara **Rp 27.917.831,5** sampai dengan **Rp 65.343.051,-** per bulan. Jatah harian (CK) berupa ikan bagi ponggawa darat didapatkan bila hasil tangkapan sampai pada jumlah yang dapat dijual. Tetapi bila hasilnya hanya cukup dibagi untuk awak, biasanya ponggawa darat tidak mendapat jatah ikan, tetapi diantara ponggawa laut ada yang tetap memberikan ikan hasil tangkapan kepada ponggawa darat.

Walaupun pendapatan ponggawa darat dari bagi hasil cukup besar, tetapi kebanyakan darinya tetap mempunyai pekerjaan sampingan, baik sebagai pengelola budidaya rumput laut maupun sebagai pemasok sarana produksi (bahan bakar, es dan lain-lain). Pendapatan dari pekerjaan sampingan ini berkisar antara Rp 2.000.000,- sampai dengan Rp 3.000.000.

Secara umum, istri ponggawa darat tidak ada yang mempunyai pekerjaan sampingan kecuali untuk membantu kegiatan usaha suaminya. Diantaranya ada yang membantu mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha bagan rambo, atau membantu usaha sarana produksi. Para istri ponggawa darat di Bajoe dibantu oleh istri ponggawa laut dan sawi bersama-sama menyiapkan makanan bagi seluruh anggota yang tinggal di rumahnya. Gambar 27. menyajikan rata-rata distribusi pendapatan Keluarga Ponggawa Darat .



Gambar 27. Rata-rata Sumber Pendapatan Ponggawa Darat Tiap Bulan



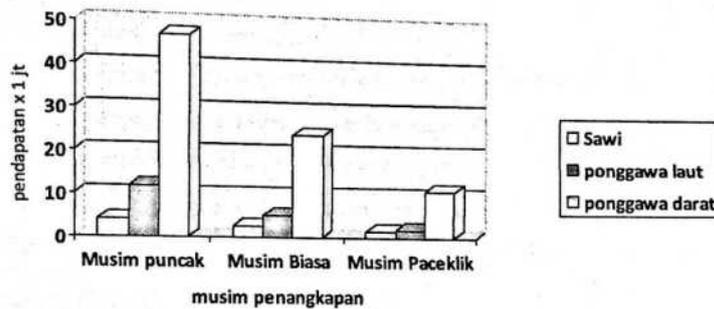
Gambar 28. Persentase Unsur-unsur Pendapatan Ponggawa Darat

Dari Gambar 27 dan 28. terlihat bahwa sumber pendapatan keluarga Ponggawa Darat di Tanete Riattang Timur didominasi oleh bagi hasil dari usaha bagan rambo yakni sebesar 95,3%, dan hanya 4,3% dari usaha rumput laut dan usaha lainnya.

#### 4) Perbandingan Sumber dan Kontribusi Pendapatan Keluarga Nelayan Bagan Rambo

Dari uraian Gambar 26, 27 dan 28. dapat diperoleh gambaran mengenai perbandingan pendapatan Keluarga Nelayan Bagan Rambo (Sawi,

Ponggawa Laut, Ponggawa Darat) menurut musim di Kecamatan Tanete Riattang Timur sebagaimana tertera pada Gambar 29.



Gambar 29. Perbandingan Pendapatan Keluarga Nelayan Bagan Rambo Berdasarkan Musim di Kec. Tanete Riattang Timur, 2009

Secara umum, pendapatan keluarga nelayan (Sawi, Ponggawa laut dan Ponggawa Darat) mengalami penurunan dari musim ke musim yakni dari musim puncak bulan September, Oktober, November, Desember, Januari dan Pebruari kepada musim biasa pada bulan Maret, April dan Mei kepada musim paceklik pada bulan Juni, Juli dan Agustus. Hal ini berarti pendapatan nelayan bagan rambo sangat tergantung pada hasil tangkapan yang juga tergantung pada musim.

Kontribusi pendapatan keluarga terutama Sawi dan Ponggawa laut terutama didukung bagi hasil, uang harian, hasil penjualan ikan dari tangkapan pancing, penghasilan dari usaha sampingan rumput laut serta penghasilan isteri yang terlibat dalam kegiatan usaha budidaya rumput laut, sedangkan bagi Ponggawa darat kontribusi pendapatan bagi keluarganya

terutama berasal dari bagi hasil dan usaha sampingan seperti budidaya rumput laut atau penjualan sarana produksi.

#### **4. Analisis Saluran Pemasaran**

Kedudukan wilayah Kecamatan Tanete Riattang Timur yang berbatasan langsung dengan Teluk Bone, menyebabkan sebagian besar penduduknya menekuni pekerjaan sebagai nelayan, yang sehari-harinya menangkap ikan dengan menggunakan beragam alat tangkap ikan termasuk alat tangkap ikan bagan rambo.

Sejumlah nelayan yang menggunakan alat tangkap ikan bagan rambo yang jumlahnya sekitar 481 RTP (data Dinas Kelautan dan Perikanan Bone 2008) dalam kegiatan sehari-harinya tampak hidup berkelompok mengelola bagan rambo dan sekaligus melakukan penangkapan ikan dengan alat tangkap itu. Hasil tangkapan ikan yang diperoleh selain dikonsumsi sendiri juga biasanya sebahagian dijual.

Saluran pemasaran atau distribusi diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengatur pemindahan barang dari produsen ke konsumen atau pemakai akhir; atau jalur yang ditempuh pihak produsen dalam memasarkan produknya agar sampai ke tangan konsumen. Distribusi dapat saja dilakukan secara langsung dan dapat juga menggunakan perantara, seperti agen, dealer, pedagang besar, dan pengecer.

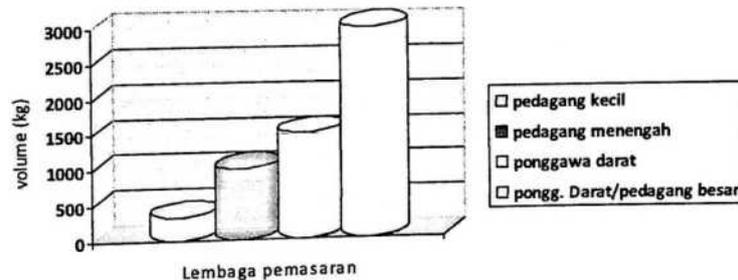
Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diklasifikasi karakteristik saluran distribusi pemasaran ikan tongkol bagi para nelayan bagan Rambo disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Klasifikasi saluran pemasaran ikan tongkol nelayan bagan Rambo di Kec.Tanete Riattang Timur Kab.Bone, 2009

No.	Volume produksi hasil tangkapan ikan tongkol	Tempat penjualan oleh nelayan bagan rambo	Metode penjualan
1	Bila 33 – 330 kg	Pedagang kecil	Langsung
2	Bila antara 330 s/d 1000 kg	Pedagang menengah	Melalui pgg.darat
3	Bila antara 1000 s/d 1500 kg	Ponggawa darat	Langsung
4	Bila antara 1500 s/d 3300kg	Pongg. darat/Ped. besar	Langsung
5	Bila di atas 3000 kg	Ponggawa darat	Langsung

Sumber : hasil survei dan wawancara, 2009

Klasifikasi saluran pemasaran ikan tongkol oleh nelayan bagan Rambo di Tanete Riattang Timur juga dapat disajikan pada Gambar 30.



Gambar 30. Komposisi penjualan Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo menurut saluran pemasaran di Kec.Tanete Riattang Timur, 2009

Nelayan bagan Rambo dalam pemasaran ikan tongkolnya sudah mengetahui kemana harus melakukan penjualan dengan mengetahui kapasitas volume produksi hasil tangkapan ikan tongkolnya. Nelayan bagan Rambo umumnya, menjual ikan tongkol kepada pedagang kecil/pengecer

hanya jatah harian/CK dan hasil pancingnya, sementara jika hasil tangkapan diatas 330 kg harus melalui ponggawa darat, bilamana ternyata hasil tangkapannya 330 s/d 1.000 kg untuk menjual ikan tongkol kepada pedagang menengah mesti melalui ponggawa darat.

Hasil wawancara 18,3% nelayan bagan Rambo di Tanete Riattang Timur mengungkapkan bahwa, mereka mengakui menjual ikan tongkolnya kepada pedagang menengah/pengumpul bilamana jumlahnya kurang dari 1000 kg, karena biasanya pedagang besar tidak melayani penjualan volume yang skala kecil. Pedagang besar biasanya mau melakukan pembelian ikan tongkol jika kapasitas volume produksi besar yakni paling kurang 1500 kg

Hal senada diungkapkan oleh 55,5% pedagang besar bahwa mereka biasanya tidak menerima atau melayani penjualan yang jumlahnya sedikit. Demikian halnya penjualan ikan tongkol oleh nelayan bagan Rambo biasanya pembelian dilakukan oleh pedagang pengecer atau pengumpul yang bermodal kecil, antara dirinya dengan sejumlah nelayan dan pedagang pengumpul sudah lama membuat kesepakatan-kesepakatan tidak tertulis mengenai mekanisme penjualan/pembelian produksi perikanan hasil tangkapan.

Sebanyak 10% pedagang pengumpul di Tanete Riattang Timur juga membenarkan bahwa mereka aktif melakukan pembelian ikan termasuk ikan tongkol dari nelayan dalam skala kecil seperti >330 sampai 1000 kg karena modalnya kecil. Dirinya tidak sanggup melakukan pembelian berskala besar karena modalnya terbatas, dan antara dirinya, nelayan, ponggawa darat dan

pedagang besar juga pada dasarnya sudah saling memahami posisi masing-masing dalam hal pelayanan transaksi penjualan-pembelian termasuk ikan tongkol.

Selanjutnya berdasarkan hasil kuesioner terhadap 60 responden atas pertanyaan yang diajukan tentang ke mana biasanya nelayan bagan Rambo menjual ikan tongkolnya, diperoleh jawaban sebagaimana tertera pada Tabel 12.

Tabel 12. Pendapat responden tentang tempat bagi nelayan bagan Rambo menjual hasil tangkapan ikan tongkolnya di Kec.Tanete Riattang Timur Kab.Bone, 2009

No.	Pendapat responden mengenai tempat penjualan ikan tongkol	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	Pasar lokal	6	10,0
2	Pedagang pengumpul/ kecil	11	18,3
3	Pedagang besar	40	66,7
4	Eksportir/ Perusahaan Cold Storage	3	5,0
	Jumlah	60	100,0

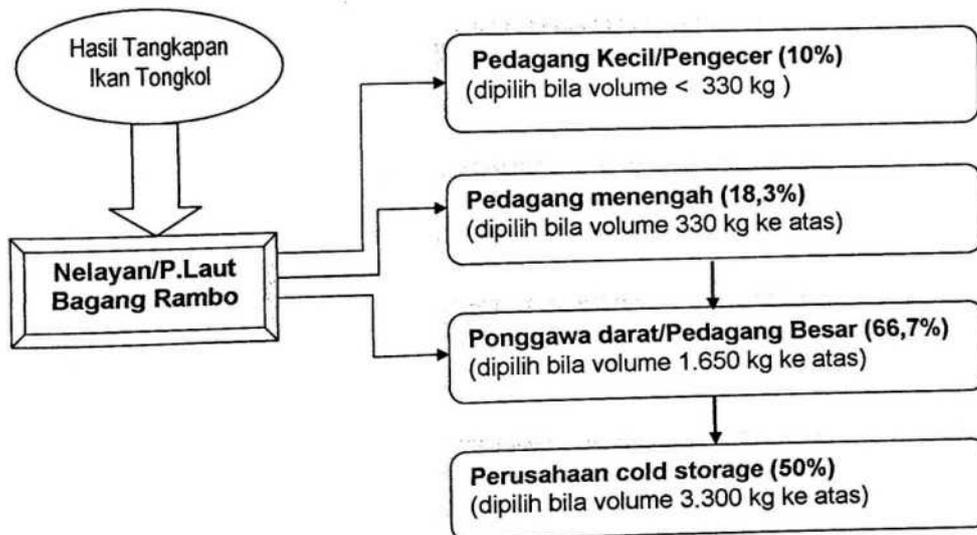
Sumber : hasil olahan data primer, 2009

Tabel 12. menunjukkan adanya variasi saluran pemasaran dalam penjualan ikan tongkol dilakukan oleh nelayan bagan Rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone, yaitu : 66,7% ke pedagang besar/pongawa darat, 18,3% ke pedagang pengumpul serta 5% ke eksportir. Selain itu, terdapat sekitar 10% nelayan bagan Rambo menjual ikan tongkolnya ke pasar lokal.

Hasil wawancara diketahui 10% nelayan bagan Rambo mengungkapkan bahwa mereka menjual ikan tongkolnya pedagang kecil/pengecer secara langsung karena biasanya jumlahnya sedikit yakni

hanya kurang dari 330 kg. Tanggapan nelayan bagan Rambo lainnya mengungkapkan bahwa mereka selalu menjual ikan tongkol hasil tangkapannya kepada pedagang menengah kalau hasil tangkapannya 330 sampai 1000 kg itupun melalui ponggawa darat, dan semakin banyak hasil tangkapan yang diperoleh misalnya lebih dari 1.000 kg biasanya kepada pedagang besar.

Dari keseluruhan dapat disajikan gambaran menyeluruh mengenai karakteristik saluran pemasaran ikan tongkol oleh ponggawa laut di Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone sebagaimana pada Gambar 31.



Gambar 31. Saluran pemasaran ikan tongkol dilakukan oleh nelayan bagang rambo di Kec.TRT, 2009

Gambar 31. menunjukkan bahwa nelayan/Ponggawa laut memiliki target-target pemasaran sesuai dengan volume produksi hasil tangkapan ikan

tongkol yang dihasilkan. Dengan kata lain juga bahwa nelayan bagan Rambo memberlakukan sistem proporsi dalam pemasaran hasil tangkapan ikan tongkolnya. Sistem proporsi tersebut menunjukkan bahwa semakin kecil jumlah hasil tangkapan nelayan maka pemasaran biasanya dilakukan kepada pedagang kecil/pengecer (pagandeng) dan pedagang menengah, sebaliknya bahwa semakin besar jumlah hasil tangkapan nelayan maka pemasaran biasanya dilakukan kepada Ponggawa darat/pedagang besar . Ini juga berarti bahwa pemasaran ikan tongkol oleh nelayan tetap memperhatikan sistem saluran, daya jangkau, lokasi, persediaan dan transportasi.

Umumnya produsen (nelayan bagan rambo, pedagang kecil/ pengecer, pedagang menengah, ponggawa darat dan pedagang besar) melakukan pemasaran tertumpu kepada Ponggawa darat/Pedagang Besar. Sistem distribusi pemasaran ini dinilai efisien karena Pedagang Besar dapat melakukan pembelian ikan tongkol dari berbagai sumber dan volume produksi. Meskipun tidak melakukan pembelian ikan tongkol dalam skala kecil namun tetap memasang dealer-dealer atau distributor (pedagang eceran/ pengumpul) untuk mengakses pembelian langsung di tingkat nelayan.

Karakteristik saluran pemasaran ikan tongkol pada Gambar 31, dapat dideskripsikan sebagai berikut :

1. **Nelayan yang mengelola usaha bagan rambo di pimpin oleh Ponggawa Laut**, dalam penangkapan ikan tongkol, melakukan:

- a. Penjualan ikan tongkol kepada Pedagang pengecer/ pengumpul biasanya dilakukan jika volume produksinya relatif sedikit (< 330 Kg) hasilnya untuk CK atau jatah harian.
  - b. Penjualan ikan tongkol kepada Ponggawa Darat/Pedagang Menengah biasanya dilakukan jika volume produksinya relatif sedikit (330 kg ke atas) dan nelayan biasanya memperoleh potongan 10% dari PonggawaDarat
2. **Nelayan sawi** yang mengelola usaha bagan rambo dalam penangkapan ikan tongkol, bekerja pada nelayan bagan rambo untuk mendapatkan bagi hasil.
  3. **Nelayan yang mengelola usaha bagan rambo dalam penangkapan ikan tongkol berperan sebagai Ponggawa**, yakni Ponggawa sebagai pemilik bagan, dan sekaligus sebagai Pedagang besar
  4. **Pedagang eceran / pengumpul** merupakan kelompok pedagang yang melakukan pembelian ikan tongkol langsung dari nelayan bagan rambo tanpa bagi hasil. Pedagang ini biasanya melakukan pembelian dalam porsi produksi kecil < 300 kg kemudian menjualnya kepada Konsumen .  
  
Pedagang eceran/ pengumpul ini, sebagian diantaranya dalam jaringan atau bagian dari kelompok pedagang besar (Ponggawa darat) yang sengaja diberi modal untuk melakukan pembelian di tingkat nelayan pada lokasi yang sudah dikuasai. Selain itu, sebagian juga diantaranya menggunakan modal sendiri untuk melakukan pembelian

dalam skala kecil dan kemudian menjualnya kepada Pedagang besar untuk memperoleh keuntungan.

5. **Ponggawa sebagai pemilik bagan** jumlah 15 orang (yaitu 7 orang di Kelurahan Waetuwo, 2 orang di Bajoe, dan 3 orang di Palette). Para Ponggawa ini mempekerjakan nelayan sawi rata-rata lebih dari 10 orang.

Punggawa sebagai pemilik bagan biasanya menjual/ memasarkan produksi ikan tongkolnya kepada Pongawa darat/ Pedagang Besar dengan mendapat potongan 10%.

6. **Ponggawa sebagai pemilik bagan dan sekaligus merangkap sebagai Pedagang Besar** jumlahnya 7 orang (yaitu 5 orang di Kelurahan Waetuwo dan 2 orang di Bajoe). Para Ponggawa ini mempekerjakan nelayan sawi rata-rata lebih dari 5 orang.

Ponggawa sebagai pemilik bagan dan pedagang besar ini biasanya menjual atau memasarkan produksi ikan tongkolnya kepada Pongawa Pedagang Besar dengan mendapat potongan 10%.

7. **Ponggawa darat/ Pedagang Besar** melakukan pembelian ikan tongkol dari nelayan bagan rambo binaannya dan sebagian punggawa pemilik bagan dari kelurahan lainnya dan pedagang besar. Ponggawa darat/ pedagang besar dalam melakukan pembelian ikan tongkol dari produsen dan memberlakukan sistem bagi hasil jika mutu ikan tongkol yang dibeli baik dan menguntungkan.

Ponggawa darat/ pedagang besar biasanya mengumpulkan stok pembelian di Tanete Riattang Timur dan kemudian menjualnya ke buyer yakni TPI-TPI kabupaten sekitarnya seperti Soppeng, Sidrap, Pare-Pare, Pinrang, Barru, Maros dan Makassar serta pengusaha (perusahaan eksportir) di Makassar .

8. **Perusahaan cold storage** adalah pedagang besar/pengusaha yang memiliki perusahaan berbasis di Makassar, baik di KIMA (Daya), Pelabuhan Paotere dan lainnya. Eksportir ini menerima stok produksi dari Ponggawa darat/ Pedagang Besar di daerah termasuk di Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone.

Uraian Gambar 31 memberikan gambaran bahwa karakteristik distribusi saluran pemasaran ikan tongkol di Kecamatan Tanete Riattang Timur yang paling efisien adalah kepada Ponggawa darat/Pedagang Besar. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui lokasi pemasaran ikan tongkol di TPI Makassar dan Perusahaan Cold Storage (Terlampir 1),

### **C. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Bagan Rambo Di Kec.Tanete Riattang Timur**

#### **1. Efisiensi Ditinjau dari Aspek Margin Pemasaran**

Secara teoritis efisiensi pemasaran merupakan maksimisasi rasio antara luaran dan masukan yang digunakan dalam kegiatan pemasaran. Masukan yang dimaksud adalah berbagai sumberdaya ekonomi yang digunakan sedangkan luaran yang diperoleh berupa jasa-jasa pemasaran yang dihasilkan dari pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan

oleh pedagang (penyimpanan, sortasi dan grading, pengemasan, pengangkutan, dan sebagainya). Akan tetapi pengukuran efisiensi pemasaran berdasarkan konsepsi tersebut sulit dilakukan karena jasa-jasa pemasaran yang dilakukan oleh pedagang sulit diukur secara kuantitatif. Beberapa indikator empirik yang sering digunakan dalam pengkajian efisiensi pemasaran di antaranya adalah margin pemasaran dan transmisi harga dari pasar konsumen kepada nelayan / petani ikan atau ke pasar produsen.

Berdasarkan hasil penelitian, dilakukan perhitungan terhadap margin pemasaran ikan tongkol hasil tangkapan nelayan bagan Rambo di Tanete Riattang Timur. Perhitungan margin pemasaran tersebut dilakukan melalui tahapan proses berikut :

- 1) Volume produksi
- 2) Harga penjualan
- 3) Saluran pemasaran
- 4) Pendapatan
- 5) Margin Pemasaran

Kelima tahapan tersebut dianalisis pada pemasaran di tingkat nelayan, ponggawa darat dan di tingkat pedagang besar (Lampiran 2).

Pada Lampiran 2 . menunjukkan margin pada saluran pemasaran tujuan pedagang besar yang ada di Tempat Pelelangan Ikan pada hasil tangkapan ikan tongkol 1.650 kg dengan menggunakan transportasi Mitshubishi L300, sedangkan jika hasil tangkapan nelayan 3300 kg atau lebih, maka pilihan pemasarannya ke perusahaan coldstorage/eksportir dan margin pemasaran

pada hasil tangkapan 4.950 kg dengan menggunakan truk sebagai alat transportasinya.

**a. Efisiensi Pemasaran di Tingkat Nelayan dan Ponggawa Darat**

Umumnya nelayan bagan Rambo yang melakukan penangkapan ikan tongkol biasanya memperoleh hasil tangkapan yang bervariasi volumenya. Berikut deskripsi volume produksi dan harga penjualan yang diperoleh nelayan bagan Rambo sebagaimana pada Tabel 13.

Tabel 13 Harga menurut volume produksi hasil tangkapan ikan tongkol nelayan bagan Rambo di Kec. Tanete Riattang Timur, 2009

No.	Uraian	Satuan	Keterangan
1	1 baskom	33 Kg	Timbangan digunakan seragam
2	Harga per Kg		
	a. Max	Rp.3.030	Kondisi utuh, baik, ukuran besar
	b. Sedang	Rp.2.720	Kondisi utuh, baik, ukuran sedang
	c. Minimum	Rp.1.363	Kondisi utuh, baik, ukuran kecil
3	Harga / baskom		
	a. Max	Rp.100.000	Kondisi utuh, baik, ukuran besar
	b. Sedang	Rp. 75.000	Kondisi utuh, baik, ukuran sedang
	c. Minimum	Rp. 45.000	Kondisi utuh, baik, ukuran kecil

Sumber : hasil survey, 2009

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui tingkat pembelian / pemasaran ikan tongkol di tingkat nelayan bagan Rambo oleh ponggawa sebagaimana disajikan pada Tabel 14

Tabel 14 Pemasaran produksi hasil tangkapan ikan tongkol nelayan bagan Rambo menurut volume, harga dan skala ukuran ikan tongkol di Kec. Tanete Riattang Timur, 2009

No.	Satuan	Volume Produksi		
		1	Baskom	0 -100
2	Kg	0 - 3.300 Kg	3.333-6.600 Kg	> 6.600 Kg
3	Harga Pembelian			
	Rp/Kg			
	Rp.3.030	Rp.9.999.000	Rp.10.998.900 – Rp.21.780.000	> Rp.21.780.000
	Rp.2.720	Rp.8.976.000	Rp .9.065.760 – Rp.17.952.000	> Rp.17.952.000
	Rp.1.363	Rp.4.497.900	Rp. 4.542.879 – Rp. 8.995.800	> Rp. 8.995.800
	Rp/Baskom			
	Rp.100.000	Rp.10.000.000	Rp.10.100.000 – Rp.20.000.000	> Rp.20.000.000
Rp. 75.000	Rp. 7.500.000	Rp. 7.575.000 – Rp.15.000.000	> Rp.15.000.000	
Rp. 45.000	Rp. 4.500.000	Rp .4.545.000– Rp. 9.000.000	> Rp. 9.000.000	

Sumber : hasil survey, 2009

Berdasarkan data Tabel 14 , dapat dideskripsikan sebagai berikut :

**Deskripsi pemasaran volume produksi : 100 baskom atau 3.300 Kg**

- a. Nelayan bagan Rambo dan Ponggawa darat (pemilik bagan) yang memperoleh hasil tangkapan dalam kondisi baik dan ukuran banyak dan dijual pada tingkat harga maksimum mampu menghasilkan pendapatan dengan volume produksi :
  - 1) Bila dijual dalam takaran 100 baskom (harga Rp.100.000 / baskom) = Rp. 10.000.000
  - 2) Bila dijual dalam takaran 3.300 Kg (harga Rp.3.030 / Kg) = Rp. 9.999.000
  - 3) Selisih = Rp.1.000 (tidak signifikan)
- b. Nelayan bagan Rambo dan Ponggawa darat (pemilik bagan) yang memperoleh hasil tangkapan dalam kondisi baik dan ukuran sedang mampu menghasilkan pendapatan dengan volume produksi :

1) Bila dijual dalam takaran 100 baskom (harga Rp.75.000/ baskom)  
= Rp. 7.500.000

2) Bila dijual dalam takaran 3.300 Kg (harga Rp.2.720/Kg) = Rp.  
8.976.000

**3) Selisih = Rp.1.476.000 (signifikan)**

c. Nelayan bagan Rambo dan Ponggawa darat (pemilik bagan) yang memperoleh hasil tangkapan dalam kondisi baik dan ukuran *kecil* mampu menghasilkan pendapatan dengan volume produksi :

1) Bila dijual dalam takaran 100 baskom (harga Rp.45.000/ baskom)  
= Rp. 4.500.000

2) Bila dijual dalam takaran 3.300 Kg (harga Rp.1.363/Kg) = Rp.  
4.497.900

**3) Selisih = Rp.2.100 (tidak signifikan)**



Gambar 32. Perbandingan selisih harga penjualan ikan tongkol menurut ukuran satuan baskom dan kilogram, 2009

Berdasarkan Gambar 32. dapat dinyatakan bahwa efisiensi pemasaran untuk kapasitas volume produksi 100 baskom atau 3.300 Kg adalah terdapat pada penjualan ikan tongkol ukuran sedang dengan

selisih penjualan (margin keuntungan) Rp.1.476.000. Margin keuntungan ini diperoleh bilamana nelayan dan ponggawa menjualnya dalam takaran Kg.

**Deskripsi : pemasaran volume produksi 200 baskom atau 6.600 Kg**

a. Nelayan bagan Rambo dan Ponggawa darat (pemilik bagan) yang memperoleh hasil tangkapan dalam kondisi baik dan ukuran *besar* dan dijual pada tingkat harga maksimum mampu menghasilkan pendapatan dengan volume produksi :

1) Bila dijual dalam takaran 200 baskom (harga Rp.100.000 / baskom)  
= Rp. 20.000.000

2) Bila dijual dalam takaran 6.600 Kg (harga Rp.3.030 / Kg) = Rp.  
21.178.000

**3) Selisih = Rp.1.178.000 (signifikan)**

b. Nelayan bagan Rambo dan Ponggawa darat yang memperoleh hasil tangkapan dalam kondisi baik dan ukuran *sedang* mampu menghasilkan pendapatan dengan volume produksi

1) Bila dijual dalam takaran 200 baskom (harga Rp.75.000/ baskom)  
= Rp. 15.000.000

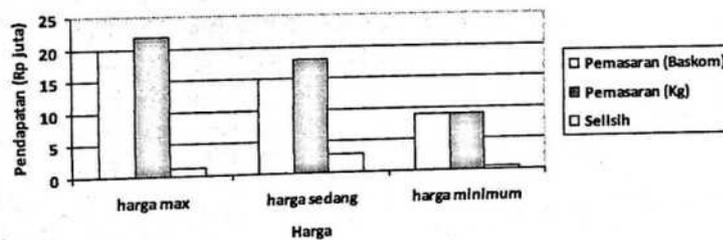
2) Bila dijual dalam takaran 6.600 Kg (harga Rp.2.720/Kg) = Rp.  
17.952.000

**3) Selisih = Rp.2.952.000 (signifikan)**

c. Nelayan bagan Rambo dan Ponggawa darat (pemilik bagan) yang memperoleh hasil tangkapan dalam kondisi baik dan ukuran *kecil* mampu menghasilkan pendapatan dengan volume produksi :

- 1) Bila dijual dalam takaran 200 baskom (harga Rp.45.000/ baskom)  
= Rp. 9.000.000
- 2) Bila dijual dalam takaran 6.600 Kg (harga Rp.1.363/Kg) = Rp.  
8.995.800
- 3) **Selisih = Rp.4.200 (tidak signifikan)**

Perbandingan margin keuntungan dari pemasaran ikan tongkol juga dapat pada Gambar 33.



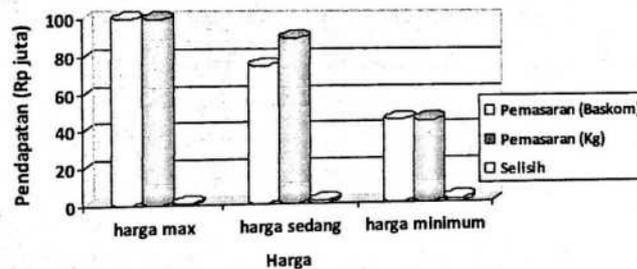
Gambar 33. Perbandingan selisih harga penjualan ikan tongkol menurut ukuran satuan baskom dan kilogram, 2009

Berdasarkan pada Gambar 33. dapat dinyatakan bahwa efisiensi pemasaran untuk kapasitas volume produksi 200 baskom atau 6.600 Kg adalah terdapat pada penjualan ikan tongkol ukuran besar dan sedang dengan selisih penjualan (margin keuntungan) masing-masing

Rp.1.178.000 dan Rp.2.952.000. Margin keuntungan ini diperoleh bilamana nelayan dan punggawa menjualnya dalam takaran Kg.

**Deskripsi : volume produksi :200 baskom atau 6.600 Kg**

Efisiensi pemasaran untuk kapasitas volume produksi di atas 200 baskom atau di atas 6.600 Kg adalah terdapat pada penjualan ikan tongkol ukuran besar dan sedang. Margin keuntungan ini diperoleh bilamana nelayan dan punggawa menjualnya dalam takaran Kg.

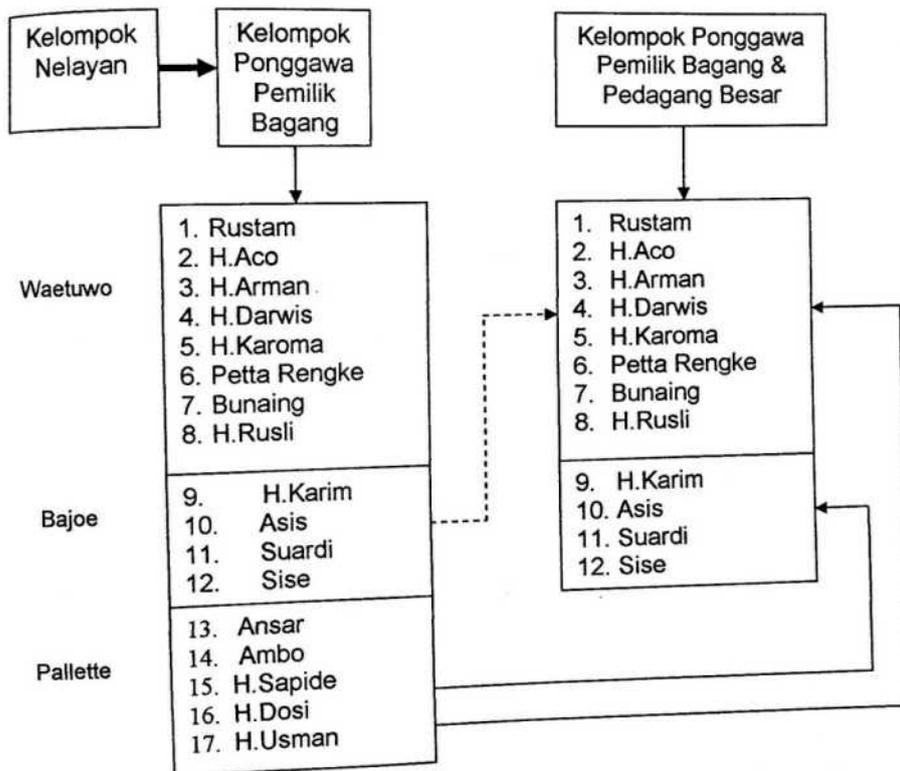


Gambar 34. Perbandingan selisih harga penjualan ikan tongkol menurut satuan baskom dan kilogram, 2009

Secara keseluruhan, margin keuntungan yang diperoleh nelayan dan sebagai punggawa darat/pemilik bagan adalah lebih menguntungkan bilamana melakukan pemasaran dalam takaran ukuran kilogram. Keuntungan minimum dapat diperoleh dengan cara ini adalah : Rp.1.476.000 / 3.300 kg, Rp.1.178.000 / 6.600 Kg dan Rp.2.952.000 / 6.600 Kg.

**b. Efisiensi Pemasaran di Tingkat Nelayan/pongawa laut, Pongawa darat dan Pedagang Besar di TPI, serta Perusahaan Cold storage**

Berdasarkan hasil survei dan wawancara, dari 17 pongawa pemilik bagan rambo diperoleh informasi saluran pemasaran Pada Gambar 35



Gambar 35. Karakteristik Saluran Pemasaran Ikan Tongkol oleh Pongawa Laut dan Pongawa Darat di Kec.Tanete Riattang Timur, 2009

Gambar 35. menggambarkan bahwa diantara pongawa pemilik bagan, Pongawa darat dan pedagang besar terjalin hubungan kerjasama satu sama lain. Kelompok pongawa di Palette seringkali menjual ikan tongkolnya kepada pongawa pemilik bagan dan pedagang besar di

Waetuwo, demikian halnya ponggawa di Bajoe terkadang menjual produksinya ke ponggawa di Waetuwo.

Data Tabel 14. memperlihatkan bahwa ponggawa di Pallette umumnya menjual produksi ikan tongkolnya kepada ponggawa darat /pedagang besar di Waetuo terutama Rustam sehingga sekitar 78,6% pemasaran terkonsentrasi di Waetuwo, dan sisanya di Bajoe.

Sirkulasi pemasaran tersebut pada Tabel 14 juga relevan dengan performansi pemasaran pada Tabel 15 .

Tabel 15. Lokasi saluran pemasaran ikan tongkol Ponggawa pemilik bagan dan pedagang besar di Kec. Tanete Riattang Timur 2009

No.	Nama Ponggawa PB & PB	Saluran Pemasaran	Lokasi	Potongan Harga (%)
<b>Kel.Waetuwo</b>				
1	Rustam	TPI	Polewali, Pinrang, Pare-pare, Maros, Makassar (Daya, Paotere),	6%
2	H.Aco	Perusahaan (terlampir)	Pinrang, Pare-pare, Maros, Makassar (Paotere). Makassar (Daya)	6%
3	H.Arman			
4	H.Darwis			
5	H.Karoma			
6	Petta Rengke			
7	Bunaing			
8	H.Rusli			
<b>Kel.Bajoe</b>				
9	H.Karim	TPI	Pinrang, Pare-pare, Maros, Makassar (Paotere).	6%
10	Asis	Perusahaan (terlampir)	Makassar (Daya)	7%
11	Suardi			
12	Sise			
<b>Kel.Palette</b>				
13	Ansar	Bebas/tidak terikat		
14	Ambo			
15	H.Sapide			
16	H. Dosi			
17	H.Usman			

Sumber : hasil survey 2009

Berdasarkan data Tabel 15, dapat diketahui besaran volume produksi ikan tongkol dalam satuan **Kg** dan/ atau **Ton** yang secara aktif dipasarkan oleh Ponggawa darat dan pedagang besar di Tanete Riattang Timur sebagaimana disajikan pada Tabel 16.

Tabel 16. Volume produksi (Kg) ikan tongkol dari Ponggawa darat (pemilik bagan) dan pedagang besar dan sirkulasi pemasarannya di Kec.Tanete Riattang Timur, Januari s/d Pebruari 2009

No.	Nama Nelayan dan Ponggawa darat/ Pemilik Bagan dan Pedagang Besar	Sirkulasi Pemasaran Produksi		
		Total Volume (baskom)	Total Volume (Kg)	Volume (Ton)
<b>I. Kel.Waetuo</b>				
1	Rustam	2.794	92.202	
2	H.Aco	2.794	92.202	
3	H. Aman	8.328	274.824	
4	H. Darwis	6.940	229.020	
5	H.Karoma	2.794	92.202	
6	Petta Rengke	1.388	45.804	
7	Bunainng	1.388	45.804	
8	H. Rusli	5.552	183.216	
	Jumlah	<b>31.978 (62,2%)</b>	<b>1.055.274</b>	<b>105.527,4</b>
<b>II. Kel.Bajoe</b>				
9	H.Karim	2.794	92.202	
10	Asis	5.552	183.216	
11	Suardi	1.388	45.804	
12	Sise	1.388	45.804	
	Jumlah	<b>11.122 (21,6%)</b>	<b>367.026</b>	
<b>III. Pallette</b>				
13	Ansar	1.388	45.804	
14	Ambo	1.388	45.804	
15	Sapri	1.388	45.804	
16	H dosi	2.794	92.202	
17	H.Usman	1.388	45.804	
	Jumlah	<b>8.436 (16,4%)</b>	<b>278.388</b>	
	<b>Total I + II + III</b>	<b>51.446 (100,0%)</b>	<b>1.697.718 Kg</b>	<b>169.771,80</b>

Sumber : hasil survey 2009

Berdasarkan data Tabel 15, dapat diketahui besaran volume produksi ikan tongkol dalam satuan **Kg** dan/ atau **Ton** yang secara aktif dipasarkan oleh Ponggawa darat dan pedagang besar di Tanete Riattang Timur sebagaimana disajikan pada Tabel 16.

Tabel 16. Volume produksi (Kg) ikan tongkol dari Ponggawa darat (pemilik bagan) dan pedagang besar dan sirkulasi pemasarannya di Kec. Tanete Riattang Timur, Januari s/d Pebruari 2009

No.	Nama Nelayan dan Ponggawa darat/ Pemilik Bagan dan Pedagang Besar	Sirkulasi Pemasaran Produksi		
		Total Volume (baskom)	Total Volume (Kg)	Volume (Ton)
<b>I. Kel. Waetuo</b>				
1	Rustam	2.794	92.202	
2	H.Aco	2.794	92.202	
3	H. Aman	8.328	274.824	
4	H. Darwis	6.940	229.020	
5	H.Karoma	2.794	92.202	
6	Petta Rengke	1.388	45.804	
7	Bunainng	1.388	45.804	
8	H. Rusli	5.552	183.216	
	Jumlah	<b>31.978 (62,2%)</b>	<b>1.055.274</b>	<b>105.527,4</b>
<b>II. Kel. Bajoe</b>				
9	H.Karim	2.794	92.202	
10	Asis	5.552	183.216	
11	Suardi	1.388	45.804	
12	Sise	1.388	45.804	
	Jumlah	<b>11.122 (21,6%)</b>	<b>367.026</b>	
<b>III. Pallette</b>				
13	Ansar	1.388	45.804	
14	Ambo	1.388	45.804	
15	Sapri	1.388	45.804	
16	H dosi	2.794	92.202	
17	H.Usman	1.388	45.804	
	Jumlah	<b>8.436 (16,4%)</b>	<b>278.388</b>	
	<b>Total I + II + III</b>	<b>51.446 (100,0%)</b>	<b>1.697.718 Kg</b>	<b>169.771,80</b>

Sumber : hasil survey 2009

Data Tabel 16. memperlihatkan bahwa secara keseluruhan, tersedia 169.771,80 Ton Ikan Tongkol yang dipasarkan oleh Ponggawa darat ( Pemilik Bagan ) dan Pedagang Besar. Volume produksi ini melebihi kapabilitas pembelian perusahaan yang hanya rata-rata mampu melakukan pembelian ikan tongkol sekitar 150 ton/hari.

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui tingkat pemasaran ikan tongkol di tingkat Ponggawa Darat (pemilik bagan) dan pedagang besar sebagaimana pada Tabel 17.

Tabel 17. Tingkat Pemasaran ikan tongkol Ponggawa darat dan pedagang besar, Tahun 2009

No.	Satuan	Volume Produksi		
1	Kg	278.388	367.026	1.055.274
2	Ton	27.388	36.702,6	105.527,4
3	Harga Pemasaran di Perusahaan			
	Rp/Kg			
	Rp.8.000	Rp.2.227.104.000	Rp. 2.936.208.000	Rp. 8.442.192.000
	Rp.6.500	Rp.1.809.523.000	Rp. 2.385.669.000	Rp. 6.859.281.000
	Rp.5.500	Rp. 1.531.134.000	Rp. 2.018.643.000	Rp. 5.804.007.000
	Harga Pemasaran di TPI			
	Rp/Kg			
	Rp. 9.000	Rp. 2.505.492.000	Rp. 3.303.234.000	Rp. 9.497.466.000
	Rp. 7.000	Rp. 1.948.716.000	Rp. 2.569.182.000	Rp. 7.386.918.000
	Rp. 3.500	Rp. 974.358.000	Rp. 1.284.591.000	Rp. 3.693.459.000

Sumber : hasil survei, 2009

Berdasarkan data Tabel 17 , dapat dideskripsikan sebagai berikut :

**Deskripsi margin pemasaran volume produksi : 278.388 Kg**

- a. Ponggawa darat dan pedagang besar yang melakukan pemasaran pada harga maksimum mampu menghasilkan pendapatan :

- a. Bila dipasarkan ke Perusahaan (dengan harga Rp.8.000/ Kg) dalam volume 278.388 Kg, memperoleh pendapatan Rp. 2.227.104.000,-
- b. Bila dipasarkan ke TPI (dengan harga Rp.9.000/ Kg) dalam volume 278.388 Kg, memperoleh pendapatan Rp. 2.505.492.000,-
- c. Perhitungan Selisih
  - Perusahaan maka total pendapatan = Rp. 2.071.206.720,-
  - TPI (potongan harga 6% = Rp.150.392.520), maka total pendapatan = Rp. 2.355.163.000,-
  - **Selisih = Rp.283.956.280,-**
  - **Efisiensi Pemasaran di Perusahaan**
- b. Ponggawa darat (pemilik bagan) dan pedagang besar yang melakukan pemasaran pada harga *sedang* mampu menghasilkan pendapatan:
  - a. Bila dipasarkan ke Perusahaan (dengan harga Rp.6.500/ Kg) dalam volume 278.388 Kg, memperoleh pendapatan Rp. 1.809.522.000,-
  - b. Bila dipasarkan ke TPI (dengan harga Rp.7.000/ Kg) dalam volume 278.388 Kg, memperoleh pendapatan Rp. 1.948.716.000,-
- c. Perhitungan Selisih
  - Perusahaan, total pendapatan = Rp. 1.809.522.000,-
  - TPI (potongan harga 6% = Rp.150.392.520), maka total pendapatan = Rp. 1.798.323.000,-
  - **Selisih = Rp.11.199.000,-**

c. Ponggawa darat (pemilik bagan) dan pedagang besar yang melakukan pemasaran pada harga *minimum* menghasilkan pendapatan :

a. Bila dipasarkan ke Perusahaan (dengan harga Rp.5.500/ Kg) dalam volume 278.388 Kg, memperoleh pendapatan Rp. 1.531.134.000,-

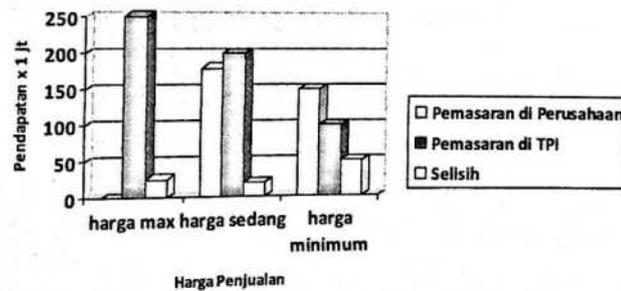
b. Bila dipasarkan ke TPI (dengan harga Rp.3.500/ Kg) dalam volume 278.388 Kg, memperoleh pendapatan Rp. 974.358.000,-

c. Perhitungan Selisih

- Perusahaan, total pendapatan = Rp. 1.531.134.000,-

- TPI (potongan harga 6% = Rp.150.392.520), maka total pendapatan = Rp. 823.965.480,-

- **Selisih = Rp.707.168.520,-**



Gambar 36. Perbandingan selisih harga penjualan ikan tongkol menurut ukuran satuan baskom dan kilogram, 2009

Berdasarkan Gambar 36 dapat dinyatakan bahwa efisiensi pemasaran untuk kapasitas volume produksi 278.388 Kg adalah terdapat pada

penjualan ikan tongkol ukuran minimum dengan selisih penjualan (margin keuntungan) Rp.707.168.520. Margin keuntungan ini diperoleh bilamana ponggawa darat dan pedagang besar melakukan pemasaran ke perusahaan.

**Deskripsi margin pemasaran volume produksi : 367.026 Kg**

Dengan cara perhitungan yang sama , diperoleh selisih keuntungan margin pemasaran :



Gambar 37. Perbandingan selisih harga penjualan ikan tongkol menurut ukuran satuan baskom dan kilogram, 2009

Berdasarkan Gambar 37. dapat dinyatakan bahwa efisiensi pemasaran untuk kapasitas volume produksi 367.026 Kg adalah terdapat pada penjualan ikan tongkol ukuran minimum dengan selisih penjualan (margin keuntungan) Rp.734.052.000. Margin keuntungan ini diperoleh bilamana ponggawa darat dan pedagang besar melakukan pemasaran ke perusahaan.

**Deskripsi margin pemasaran volume produksi : 1.055.274 Kg**

Berdasarkan perhitungan, dapat dinyatakan bahwa efisiensi pemasaran untuk kapasitas volume produksi 1.055.274 Kg adalah terdapat pada penjualan ikan tongkol ukuran minimum dengan selisih penjualan (margin keuntungan) Rp.2.110.548.000. Margin keuntungan ini diperoleh bilamana ponggawa darat dan pedagang besar melakukan pemasaran ke perusahaan.

Secara keseluruhan, efisiensi margin keuntungan pemasaran untuk penjualan dengan harga **maksimum** dan **sedang**, ponggawa darat dan pedagang besar lebih memperoleh keuntungan besar jika menjualnya kepada TPI. Secara keseluruhan, efisiensi margin keuntungan pemasaran untuk penjualan dengan harga **minimum**, ponggawa darat dan pedagang besar lebih memperoleh keuntungan besar jika menjualnya kepada **Perusahaan**.

Sistem pemasaran semakin efisien apabila besarnya margin pemasaran yang merupakan jumlah dari biaya pemasaran dan keuntungan pedagang semakin kecil. Dengan kata lain, perbedaan antara harga yang diterima nelayan dan harga yang dibayar konsumen semakin kecil. Adapun transmisi harga yang rendah mencerminkan inefisiensi pemasaran karena hal itu menunjukkan bahwa perubahan harga yang terjadi di tingkat konsumen tidak seluruhnya diteruskan kepada nelayan dengan kata lain transmisi harga berlangsung secara tidak sempurna. Pola transmisi harga seperti ini biasanya terjadi jika pedagang memiliki kekuatan monopsoni sehingga mereka dapat mengendalikan harga beli dari nelayan.

Sistem distribusi yang dimaksudkan adalah sistem penjualan dari hasil ikan yang diperoleh nelayan. Sistem distribusi dapat dilihat melalui dua kegiatan yaitu kegiatan pengangkutan dan penjualan/ pelelangan ikan. Kegiatan pengangkutan adalah kegiatan penanganan ikan yang dilakukan sejak tibanya atau kembalinya nelayan dari kegiatan menangkap ikan hingga ikan tersebut berada di tempat penjualan ikan, yaitu tempat pelelangan ikan (TPI) atau pihak konsumen. Kegiatan distribusi ini juga dikenal sebagai kegiatan pemasaran. Secara umum, pihak yang terlibat dengan nelayan dalam sistem distribusi atau pemasaran ikan ini adalah jasa angkutan, pihak TPI/Koperasi, dan pedagang.

Dalam aktivitas distribusi pemasaran, beberapa pihak yang mempunyai posisi penting adalah TPI/Koperasi dan pedagang. Hubungan sosial dalam aktivitas ini bersifat diagonal dan hirarkis, dimana nelayan dalam posisi subordinat. Dalam kondisi hubungan demikian, nelayan berada dalam posisi yang tergantung kepada pihak lain dan berkonsekuensi pada pembagian keuntungan yang tidak berpihak kepada nelayan. Peningkatan usaha dan pendapatan nelayan tergantung dari dua aktivitas nelayan, yaitu peningkatan pada sistem produksi dan sistem distribusi pemasaran. Kedua faktor ini penting mengingat peningkatan sistem produksi akan mengakibatkan hasil produksi yang lebih besar, sedangkan perbaikan dalam sistem distribusi pemasaran mengakibatkan pembagian keuntungan akan menyebar secara merata dan adil.

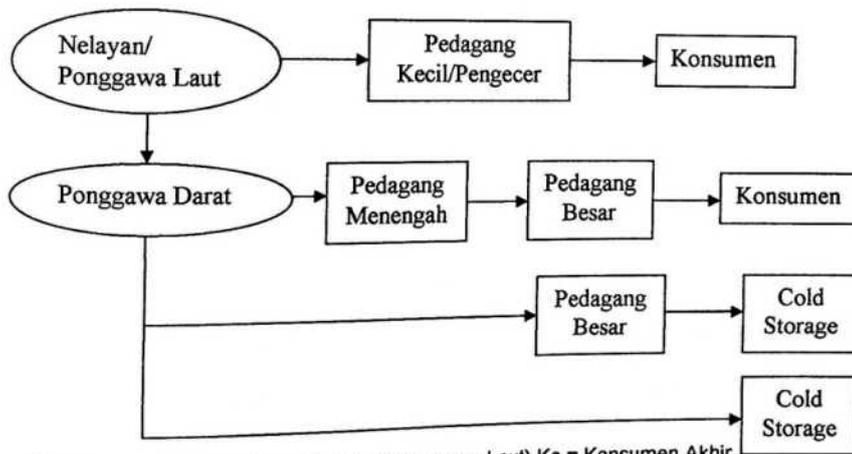
Perbaikan sistem produksi menyangkut kebutuhan nelayan akan modal usaha. Lembaga penyedia modal, seperti koperasi dan bank, tidak selalu mudah memberikan pinjaman modal kepada nelayan. Hal ini menyebabkan beberapa nelayan mencari sumber lain seperti pemodal perorangan atau kerabatnya, dimana masing-masing membawa risiko tersendiri. Melihat kondisi ini, koperasi perlu diberikan suntikan dana sehingga dengan modal yang cukup itu nelayan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan tambahan modal usaha. Demi kesejahteraan nelayan, terutama nelayan buruh, ke depan perlu pula dipikirkan pentingnya keterlibatan nelayan buruh sebagai anggota koperasi terutama bagi mereka yang telah memantapkan dirinya untuk bekerja sebagai nelayan.

Dikatakan Rudiatin (1997) bahwa perbaikan sistem distribusi pemasaran menyangkut rekonstruksi sosial ekonomi yang mampu mensejajarkan posisi dari pihak-pihak yang terkait di dalam aktivitas ini, seperti mekanisme pelelangan dan berbagai dukungan teknis lainnya, misalnya cara mempertahankan kesegaran ikan. Pemerataan pendapatan memang merupakan kenyataan yang sulit untuk dijalankan, tetapi keinginan untuk saling membagi surplus produksi secara adil perlu dikedepankan. Dengan demikian, peningkatan kesejahteraan komunitas nelayan dapat dibangun melalui potensi lokal, yakni jaringan sosial yang terbentuk pada komunitas nelayan itu sendiri.

Secara empirik kemampuan bersaing suatu sistem bisnis perikanan pada dasarnya ditunjukkan oleh kemampuan dalam memproduksi dan

memasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen (Saragih, 1994). Dengan kata lain sistem bisnis perikanan yang berdaya saing tinggi adalah sistem bisnis perikanan yang fleksibel atau mampu merespons setiap perubahan pasar secara efektif dan efisien. Efektif dalam pengertian bahwa respons yang diberikan oleh sistem bisnis perikanan sesuai dengan dinamika kebutuhan pasar (volume, tempat dan waktu) dan preferensi konsumen, sedangkan efisien memiliki makna bahwa sistem bisnis perikanan tersebut mampu memproduksi dan memasarkan produk dengan harga relatif murah untuk kualitas produk yang sama di tangan konsumen.

Saluran pemasaran ikan tongkol yang dilakukan nelayan bagan rambo tampak beragam baik ke pedagang kecil/pengecer maupun ke pedagang besar, sebagaimana disajikan pada Gambar 38.



Keterangan : Po = Produsen (nelayan/pongawa Laut) Ka = Konsumen Akhir

Gambar 38. Saluran Pemasaran Ikan Tongkol oleh Nelayan Bagan Rambo di Kec. Tanete Riattang Timur, 2009



Dalam pemasaran Ikan Tongkol, lembaga pemasaran yang terlibat adalah pedagang kecil/pengecer, ponggawa darat, pedagang menengah, pedagang besar dan perusahaan cold storage. Dari Gambar 38, tersebut terlihat bahwa dalam pemasaran ikan tongkol dari Nelayan Bagan Rambo terdapat 4 (empat) saluran pemasaran. Pada saluran pemasaran-1 pedagang kecil membeli secara langsung ke Nelayan bagan rambo hasil pancing dan Jatah harian (CK) volumenya tidak terbanyak kurang dari 330 kg oleh pedagang kecil /pengecer dijual langsung kekonsumen dengan menggunakan sepeda dan sepeda motor sebagai alat transportasi.

Pada saluran pemasaran-2 pedagang menengah melakukan pembelian ikan Tongkol hasil tangkapan nelayan Rambo melalui ponggawa darat dengan volume ikan 500-1000 kg untuk disalurkan ke pedagang besar baik yang ada di kabupaten tetangga misalnya Kab. Soppeng, Sidrap, Pare-pare, Pinrang, Maros dan Makassar maupun yang ada di TPI. Pada umumnya pedagang menengah/pengumpul yang menjual ke pedagang besar merupakan kaki tangan pedagang besar ini terlihat dari pinjaman modal. Pedagang besar mempunyai kemampuan modal yang kuat untuk melakukan pengawetan, pengepakan, dan pengangkutan. Pedagang besar melakukan penjualan di pasar-pasar Kabupaten/ konsumen akhir yang datang, besarnya harga ditentukan dengan melakukan tawar-menawar pada saat transaksi dan pembayaran dilakukan setelah penjualan selesai.

Pada saluran pemasaran-3 pedagang besar yang ada di TPI melakukan pembelian ikan tongkol hasil tangkapan nelayan bagan Rambo dari ponggawa darat dan disalurkan ke perusahaan Cold storage. Pedagang besar melakukan pembelian

dan penjualan tersebut jika volume produksi ikan tongkol hasil tangkapan nelayan bagan rambo di atas 3.000 kg . Sementara pada saluran pemasaran 4 ponggawa darat di Kec. Tanete Riattang Timur dapat juga melakukan pemasaran langsung ke perusahaan cold storage jika pedagang besar yang ada di TPI ternyata juga melakukan penjualannya ke perusahaan cold storage hal ini dapat terjadi karena ponggawa darat memiliki kekuatan modal besar yang memungkinkannya memperpendek saluran pemasaran.

Dalam sistim pemasaran, sumber yang paling memungkinkan adanya ketidak efisienan adalah pihak lembaga pemasaran. Ketidak efisienan itu dapat ditunjukkan oleh praktek oligopsoni pada tingkat padagang menengah, Hal ini akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan harga ditiap lembaga pemasaran. Selanjutnya pembentukan harga akan menentukan besarnya margin tataniaga yang berkaitan erat dengan pendapatan nelayan dan keuntungan lembaga pemasaran

Jumlah pembeli yang tidak seimbang dengan jumlah penjual dapat mengurangi tingkat persaingan pasar. Apabila jumlah penjual cukup seimbang dengan jumlah pembelinya, harus dilihat apakah cukup banyak penjual yang bekerja sama untuk mengadakan penyesuain harga. Gejala bahwa ada persekutuan harga adalah jika pembeli hanya berhadapan dengan satu alternatif atas penjual yang banyak tersebut. Adanya persekongkolan harga tersebut menyebabkan berkurangnya tingkat persaingan harga. Untuk menganalisis efisiensi saluran pemasaran ikan tongkol hasil tangkapan Nelayan bagan Rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur dapat dilihat Pada Tabel 18 dan 19.

Tabel 18. Margin Pemasaran, Biaya pemasaran dan keuntungan Pemasaran Ikan Tongkol menurut saluran Pemasaran Lembaga

No	Keterangan	Saluran Pemasaran							
		S1		S2		S3		S4	
		Rp/kg	%	Rp/kg	%	Rp/kg	%	Rp/kg	%
1	Harga yg diterima nelayan	2930	37,9	2930	40,4	2272	35,0	2272	35,0
2	Harga yg diterima ped. Kecil	3030	37,9						
	- Biaya	423,15	5,3						
	- $\pi$ (keuntungan)	4546,5	56,8						
3	Harga yg diterima Pongg. Darat			3030	40,4	2272	35,0	2272	35,0
	- Biaya			100		1350,6	20,8	960,6	14,8
	- $\pi$ (keuntungan)			506	8,1	2877,4	44,3	3267,4	50,3
4	Harga yg diterima Ped. Menengah			3636	48,5				
	- Biaya			1424,4	19,0				
	- $\pi$ (keuntungan)			2439,6	32,5				
5	Harga yg diterima Ped. Besar			7050	94,0	6110	94,0		
	- Biaya								
	- $\pi$ (keuntungan)			450	6,0	390	6,0		
6	Harga di konsumen akhir	8000		7500		6500		6500	

Dari Tabel 18. terlihat bahwa diantara lembaga pemasaran yang ada, tingkat pedagang kecil/pengecer memperoleh keuntungan terbesar. Keuntungan yang diperoleh pedagang kecil pada saluran pemasaran – 1 sebesar 56,8%. Margin pemasaran saluran pemasaran-1 sebesar Rp. 4.546,5/kg dan lebih besar dari margin pemasaran saluran pemasaran-2,yakni Rp. 606/kg saluran pemasaran-3, yakni Rp. 2.877,4/kg dan juga saluran pemasaran-4, yakni Rp. 3.267,4/kg . Pada saluran pemasaran-2 Ponggawa darat, kegiatan pemasarannya hanya melakukan fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan) sehingga hanya memperoleh margin Rp. 506/kg, pada saluran pemasaran-3 pedagang menengah selain melakukan fungsi pertukaran terdapat juga kegiatan pengepakan dan

pengangkutan dari Kabupaten Bone ke TPI Paotere di Makassar yang membutuhkan tambahan perlakuan atau kegiatan pemasaran terhadap ikan tongkol akan menyebabkan adanya perbedaan margin Rp. 2.439,6/kg.

Pada hasil tangkapan nelayan bagan rambo melebihi 1.000 kg/unit bagan rambo, maka kegiatan pemasaran didominasi oleh ponggawa darat, seperti pada saluran pemasaran-3 dan saluran pemasaran-4 . Pada saluran pemasaran-3 ponggawa darat memperoleh margin Rp. 2.877,4/kg dan saluran pemasaran-4 ponggawa darat memperoleh margin Rp.3.267,4/kg. Jika ditinjau dari besarnya margin pemasaran, maka saluran pemasaran-1 dan saluran pemasaran-4 yang efisien dibanding saluran pemasaran-2 dan saluran pemasaran-3 dan jika ditinjau dari lembaga yang pemasaran yang terlibat, maka saluran pemasaran-4 lebih efisien dibanding saluran pemasaran yang ada.

Untuk mengukur efisiensi operasional (teknis) dari pemasaran ikan tongkol yang ada, dapat didekati melalui rasio keuntungan sebagai output dan biaya sebagai input, (Hanafiah dan Saifuddin, 1986). Untuk melihat nilai efisiensi tersebut, maka selanjutnya dari Tabel 18. dapat disusun kembali menjadi Tabel 19.

Tabel 19. Margin Pemasaran, Biaya Pemasaran, Keuntungan serta efisiensi pemasaran pada tingkat lembaga pemasaran ikan Tongkol menurut salurannya

No	Uraian	Lembaga pemasaran				Total
		P1	P2	P3	P4	
1	Saluran pemasaran 1.					
	a. Average Gross M	50,7	-	-	-	50,7
	b. Biaya Pemasaran	423,15	-	-	-	423,15
	c. Keuntungan	4546,8	-	-	-	4546,8
	d. efisiensi	45,5	-	-	-	45,5
2.	Saluran pemasaran 2					
	e. AGM	-	3,8	0,85	0,79	5,44
	d. Biaya Pemasaran	-	100	1.242,4	50	1.392,4
	c. Keuntungan	-	506	2.626,6	340	3.472,6
	d. Efisiensi	-	17,2	3,6	12,5	33,3
3.	Saluran pemasaran3					
	a. AGM	-	0,77	-	0,07	0,85
	b. Biaya Pemasaran	-	1.350,6	-	50	1.400,6
	c. Keuntungan	-	2.877,4	-	340	3.217,4
	d. efisiensi	-	3,8	-	1,8	5,6
	Saluran Pemasaran 4					
	a. AGM	-	0,66	-	-	0,66
	b. Biaya Pemasaran	-	960,6	-	-	960,6
	c. Keuntungan	-	3.267,4	-	-	3.267,4
	d. efisiensi	-	5,7	-	-	5,7

Pada Tabel 19. terlihat bahwa dari 4 (empat) saluran pemasaran terbentuk semua menunjukkan nilai  $e > 1$  berarti saluran pemasaran yang ada semua efisien, tetapi jika ditinjau dari Margin pemasaran maka, saluran pemasaran-4 yang memiliki total **Average gross margin (AGM)** 0,66 atau keuntungan Rp. 3.267,4/kg lebih efisien dibanding saluran pemasaran lainnya. Tetapi tinggi rendahnya margin belum tentu mencerminkan tingkat efisiensi pemasaran yang tinggi. Salah satu indikator yang dapat digunakan adalah dengan membandingkan bagian yang diterima oleh nelayan dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (famer's share) dapat dilihat

pada Tabel 19 . Dari perhitungan dan pertimbangan tersebut maka saluran pemasaran-4 dengan nilai efisiensi 5,7 dan AGM 0,66 serta selisih harga di tingkat nelayan sebagai produsen dan harga yang dibayarkan konsumen akhir adalah Rp. 3.267,4/kg, lebih efisien dibanding dengan saluran pemasaran lainnya. Tetapi dari alternatif saluran pemasaran yang ada tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan Nelayan sawi khususnya, hal ini terjadi karena struktur pasar yang ada adalah Monopsoni/oligopsoni.

## **2. Efisiensi Ditinjau dari Aspek Kepuasan**

Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila dapat memberikan kepuasan maksimum bagi produsen, konsumen dan pelaku pemasaran dengan penggunaan sumber ekonomi serendah-rendahnya (FEDS Staff, 1992; Hasan, 1986; Saefuddin, 1984; Rhodes, 1993).

Dalam penelitian ini, analisis kepuasan difokuskan pada dua unsur yakni kepuasan produsen (nelayan bagan Rambo) dan kepuasan pelaku pemasaran (pedagang).

### **a. Tingkat Kepuasan Nelayan Bagan Rambo (Produsen)**

Nelayan bagan Rambo merupakan pemasok terbesar atau produsen bagi arus pemasaran ikan tongkol khususnya di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone. Keberadaan sejumlah nelayan bagan Rambo yang mengelola usaha bagan untuk menangkap ikan membutuhkan saluran

pemasaran yang layak, tepat, sesuai, proporsional, mudah, cepat serta lancar agar mereka dapat merasakan suatu kepuasan atas hasil usahanya.

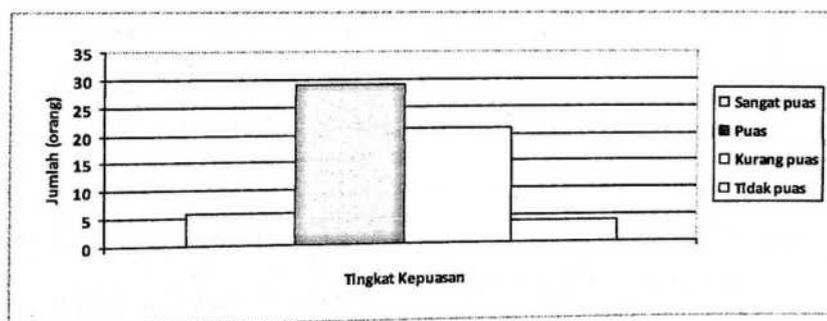
Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 60 responden atas pertanyaan yang diajukan tentang apakah nelayan bagan Rambo merasa puas menjual ikan tongkolnya, diperoleh jawaban pada Tabel 20.

Tabel 20 Pendapat responden tentang tingkat kepuasan nelayan bagan Rambo menjual hasil tangkapan ikan tongkolnya

No.	Pendapat responden	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1	Sangat puas	6	10,0
2	Puas	29	48,3
3	Kurang puas	21	35,0
4	Tidak puas	4	6,7
	Jumlah	60	100,0

Sumber : hasil olahan data primer, 2009

Data Tabel 20 menunjukkan bahwa 58,3% nelayan bagan Rambo merasa puas atas penjualan ikan tongkol kepada pedagang di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone, dan 41,7% menyatakan kurang dan tidak puas. Perbandingan tingkat kepuasan tersebut, juga dapat dilihat pada Gambar 39.



Gambar 39. Perbandingan tingkat kepuasan Nelayan Bagan Rambo atas pemasaran hasil tangkapan ikan tongkolnya, 2009

bagian Rambo yang menyatakan puas dan kurang puas tidak jauh berbeda selisihnya. Namun demikian, pernyataan-pernyataan mereka masing-masing didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan dan alasan-alasan tertentu, sebagaimana diuraikan pada Tabel 21.

Tabel 21 Deskripsi alasan-alasan kepuasan nelayan bagian Rambo dalam pemasaran hasil tangkapan ikan tongkolnya kepada pedagang di Kec. Tanete Riattang Timur Kab. Bone, 2009

No.	Pernyataan	Alasan argumentatif
1	Sangat puas	Nelayan dengan ponggawa terikat dengan suatu perjanjian, dan perjanjian itu selalu dipenuhi oleh ponggawa Hal yang diperjanjikan seperti kesepakatan harga, pemotongan pembayaran utang.
2	Puas	Nelayan membutuhkan saluran pemasaran yang cepat dan mudah, dan keberadaan pedagang mampu memenuhi harapan itu.
3	Kurang puas	Nelayan membutuhkan saluran pemasaran dengan harga pasaran yang bersaing, menguntungkan, ada tawar menawar serta bebas menjual dan menentukan sikap dan pilihan. Nelayan merasa tidak ada pilihan lain untuk menjual ikan tongkolnya kecuali kepada ponggawa/pedagang meskipun diketahui kurang memenuhi harapannya.
4	Tidak puas	Sikap pedagang sering arogan, bertindak semena-mena dalam menentukan harga, memaksakan kehendak memotong utang pembayaran ketika nelayan menjual ikan tongkolnya, nelayan sering merasa dihakimi oleh pedagang dan membatasi pinjaman. Pedagang sering tidak jujur dan ingkar janji.

Sumber : hasil wawancara 2009

**b. Tingkat Kepuasan Pedagang (Pelaku Pemasaran)**

Ponggawa darat/Pedagang besar merupakan pelaku pemasaran utama dan dominan di tingkat nelayan termasuk nelayan bagan Rambo di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone.

Keberadaan sejumlah ponggawa darat/pedagang besar menjadi tempat (saluran utama pemasaran) bagi nelayan bagan Rambo yang mengelola usaha bagan untuk menjual ikan tongkolnya. Dalam terminologi pedagang, berdagang adalah memperoleh keuntungan maksimum. Membeli ikan tongkol dari nelayan dengan harapan agar dapat memperoleh keuntungan maksimum.

Pedagang, sebagai pelaku pemasaran, memiliki pengaruh dan kekuatan untuk menguasai dan mengendalikan pasar serta selalu berusaha memuaskan keinginannya. Atas kekuatan pengaruh tersebut, pedagang berharap agar semua rencana yang telah disusun berjalan sesuai yang dihendaki dan berharap mereka dapat memperoleh keuntungan sesuai yang diharapkan bahkan jika perlu lebih dari yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah ponggawa darat/pedagang besar di Kabupaten Bone, khususnya di Tanete Riattang Timur, sebagian besar menyatakan puas atas aktivitas pembelian ikan tongkol dan keuntungan yang diperoleh, namun demikian ada juga beberapa pedagang yang menyatakan bahwa terkadang sering merasa kurang puas.

Berikut dideskripsikan alasan-alasan yang mendasari atau melatarbelakangi pernyataan mereka sebagaimana disajikan secara singkat pada Tabel 22.

Tabel 22 Deskripsi alasan-alasan kepuasan ponggawa darat/Pedagang besar dalam posisinya sebagai pelaku pemasaran hasil tangkapan ikan tongkol nelayan bagan Rambo di Kec.Tanete Riattang Timur Kab.Bone, 2009

No.	Pernyataan	Alasan argumentatif
1.	Puas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transaksi pembelian berjalan sesuai rencana</li> <li>- Menguasai jaringan pasar lokal</li> <li>- Bebas menentukan harga dan transaksi pembelian</li> <li>- Tidak pernah mendapat protes dari nelayan atas harga pembeliannya</li> <li>- Nelayan cukup patuh pada perjanjian atau kesepakatan yang dibuat bersama</li> <li>- Nelayan tidak pernah ingkar janji pada penjualan ikan tongkolnya dan membayar piutang atau tunggakannya</li> <li>- Memperoleh keuntungan 3 kali lipat dari pembelian</li> </ul>
2	Kurang puas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terkadang transaksi berjalan kurang sesuai rencana</li> <li>- Terkadang ada pedagang lain melakukan intervensi secara rahasia ke dalam jaringan pasar lokal yang sudah dikuasai</li> <li>- Terkadang ada beberapa nelayan ingkar janji dan menyalahi kesepakatan yang pernah dibuat bersama</li> <li>- Terkadang ada nelayan yang keberatan dipotong piutang atau tunggakannya</li> <li>- Terkadang ada nelayan selalu meminta dan diberi pinjaman namun menjual ikan tongkolnya ke pedagang lain</li> <li>- Terkadang ada nelayan yang terus meminta pinjaman namun sering ingkar janji mengembalikan atau membayar utangnya.</li> <li>-</li> </ul>

Sumber : hasil wawancara 2009

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran Ikan Tongkol Hasil tangkapan Nelayan Bagang Rambo adalah 66,7% ke Ponggawa darat/pedagang besar, sementara Ponggawa darat 50% saluran pemasarannya ke Perusahaan cold storage dan pedagang besar di TPI.
2. Pemasaran hasil tangkapan ikan tongkol Nelayan bagan Rambo yang efisien di Kecamatan Tanete Riattang Timur, Kabupaten Bone adalah :
  - a. Nelayan bagan rambo memperoleh Pendapatan lebih besar jika menjualnya dalam ukuran kilogram dibanding baskom.
  - b. Ponggawa darat dan pedagang besar memperoleh keuntungan lebih besar pada pemasaran harga minimum
  - c. Saluran pemasaran-4 yakni Nelayan sebagai Produsen ke Ponggawa darat sementara ponggawa darat memasarkan langsung ke perusahaan Cold storage, lebih efisien dibanding dengan saluran pemasaran lainnya, tetapi dari alternatif saluran pemasaran yang ada tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan Nelayan Sawi karena struktur pasar monopsoni/oligopsoni.

**B. Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan, dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Nelayan bagan rambo menjual ikan tongkolnya dalam takaran kilogram dan memilih Ponggawa darat dan pedagang besar yang menerapkan sistem bagi hasil sebagai saluran pemasaran utama hasil tangkapan ikan tongkolnya di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone.
2. Ponggawa darat dan pedagang besar meminimalisir kekuatan monopsoninya terhadap nelayan bagan rambo, dan membuka akses bagi perusahaan untuk mengakses pemasaran secara langsung di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kab.Bone.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2006. *Pedoman Penulisan Tesis dan Disertasi Edisi 4*, Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Makassar
- Anonim, 2005. *Kabupaten Bone Dalam Angka*, BPS Kabupaten Bone
- Azzaino, Z. 1984. *Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian, IPB, Bogor.
- Baharsyah, S. 1980. *Aspek Tataniaga dalam Pengembangan Hortikultura*. Makalah dalam Kongres Hortikultura Nasional. Malang.
- Baharsyah, S. 1980. *Aspek Tataniaga dalam Pengembangan Hortikultura*. Makalah dalam Kongres Hortikultura Nasional. Malang.
- Bailey, C. (1982). *Mengelola sumber daya yang terbuka: Kasus penangkapan ikan di daerah pantai*, dalam D.C. Korten dan Syahrir (Eds). *Pembangunan berdimensi kerakyatan*. Kerjasama Yayasan Obor Indonesia dan USAID. Jakarta: YOI.
- Bambang Irawan. 2007. *Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Margin Pemasaran*. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian* Vol.5 No.4 Desember 2007:358-373. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Bogor
- Bee, R.L. (1974). *Paterns and processs: An introduction to anthropological strategies for the study of sociocultural change*. New York: The Free Press.
- Bengen. 2000. *Pengenalan dan Pengelolaan Ekosistem Sumber daya Pesisir dan Laut*. Bogor: Bahan Prosiding Pelatihan Untuk Pelatih Pengelolaan Wilayah Pesisir Terpadu. Pusat Kajian Sumberdaya Pesisir dan Lautan.
- Boissevain, J. (1978). *Friends of friends: Network, manipulator and coalition*. London and Worcester Oxford: Basil Blackwell.
- Bustam. 2003. *Komposisi Jenis Hasil Tangkapan Bagan Rambo Berdasarkan Lokasi Penangkapan di Perairan Sumpangbinangae Kabupaten Barru Selat Makassar*. Skripsi Fakultas ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin -Makassar
- Charles,A.T. 2001. *Sustainable Fishery System*. Blckwell Science, London
- Dahuri, 2002. *Pengelolaan Kelautan dan Perikanan Nasional*. PT. Bumi Aksara Jakarta

- Doll, J.P and Frank, O. 1978. *Production Economics Theory and Application*. Third Edition, Gri, Inc. New York
- Doeney. 1992. *Manajemen Agrobisnis*. Erlangga, Jakarta
- Estepanus. 2002. *Studi Tentang Jumlah dan Jenis Hasil Tangkap Bagan Rambo (Lift Net) Pada Kedalaman yang Berbeda di Perairan Barru*. Tugas Akhir Politeknik Pertanian Universitas Hasanuddin
- Fahrudin, A dkk. 1996. *Studi Perbandingan Sistem Bagi Hasil Perikanan Lokal dengan Undang-undang Bagi Hasil Perikanan di Kecamatan Labuan, Jawa Barat*. Buletin Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan IPB, Bogor
- Fakhriyyah.S. 1998. *Sistem Bagi Hasil dan Tingkat Kesejahteraan Nelayan Bagan Rambo di Kelurahan Sumpangbinangae Kabupaten Barru*. Skripsi Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin - Makassar
- Kerlinger ,R.N, 1999. *Azas-Azas Penelitian Behavioral* .Gadja Mada University Press, Yogyakarta
- Kotler,P. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan.Edisi Bahasa Indonesia. Erlangga Jakarta
- Kusnadi. (2000). *Nelayan: Strategi Adaptasi Dan Jaringan Sosial*. Bandung: Humaniora Utama Press Bandung.
- Lampe, M. (1989). *Strategi-strategi adaptif yang digunakan nelayan Madura dalam kehidupan ekonomi perikanan lautnya*. Tesis Program Study Antropologi Universitas Indonesia.
- Made Sutinah, 2006. *Benefit Analysis of Electric Lift Net and Share Yield System*. TORANI Jurnal Ilmu Kelautan dan Perikanan No. 4 Volume 16 Desember 2006.
- Maleong, 1991. *Metode Penelitian Kualitatif* .PT Grafindo Persada, Jakarta
- Mubyarto, S.L & D.M. 1985. *Nelayan dan Kemiskinan; Studi Ekonomi Antropologi Di Dua Desa Pantai*. Yayasan Agro Ekonomi. Jakarta: Rajawali Press.
- Mubyarto.1998. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES.Jakarta

- Mustafid, 2008. Analisis Efektifitas dan Efisiensi Tata Niaga Kopi Biji Kopi di Profinsi Lampung.
- Mursyid, M., 1993. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Binarupa Aksara Kerja sama dengan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Nadir. M. 2000. *Teknologi Light Fishing di Perairan Barru Selat Makassar. Deskripsi Sebaran Cahaya dan Hasil Tangkapan*. Tesis Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor
- Nadir. M dan Hadi.S. 2002. *Karakteristik Pencahayaan Bagan Rambo (Lift Net) dan Jumlah Hasil Tangkapan di Perairan Barru*. Lutjanus.Vo.7.No.2 Juli 2003. Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan
- Neuman, W.L. (1997). *Social Research Methods Qualitative And Quantitative Approaches*. Nedham Heigts: Aviacom Company.
- Pairuran. R. 2003. *Kajian Bentuk-Bentuk Kearifan Lokal pada Nelayan Pa'bagan di Kelurahan Coppo Kecamatan Barru Kabupaten Barru (Studi Kasus : Perikanan Bagan Rambo)*. Skripsi Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin Makassar
- Pride. 1995. *Pemasaran Teori dan Praktek Sehari-hari*. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta.
- Rasuli R,dkk 2007. Analisis Margin Pemasaran Telur itik di Kelurahan Borongloe Kabupaten Gowa, Jurnal Agrisistem
- Rudiatin, E. (1997). *Kepercayaan dan Kesetiaan: Bentuk Dan Fungsi Jaringan Sosial Nelayan Muara Angke Pantai Utara Jakarta*. Tesis. Pascasarjana Antropologi Universitas Indonesia.
- Saefuddin,A.M. 1981. *Harga dan Margin Pemasaran*. Universitas Ibnu Khaldun. Bogor
- Salusu J. 1996, *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*, PT Gramedia Jakarta
- Satria, A. 2001. *Dinamika Modernisasi Perikanan Formasi Sosial Dan Mobilitas Nelayan*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Scott, J. (1972). Patron client polities and poliitikal change in Southeast Asia. *American Political Science Review*, 66, hal. 91-113.
- Scott, J.1991. *Social Networking Analysis*. London: Sage Publications.

- Siagian, SP. 1994. *Administrasi Pembangunan*, PT Hajimas Agung Jakarta
- Singorimbun, Masri dan Effendi, S. 1989, *Metode Penelitian Survey*. LP3ES Jakarta
- Stanton. 1997. *Strategi Promosi Pemasaran*. Penerbit Prineka Cipta. Jakarta.
- Soekartawi, 1988, *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*, Hasil-hasil Pertanian. Rajawali Pers, Yogyakarta.
- Subani, W dan H.R Barus. 1989. *Alat Penangkapan Ikan dan Udang Laut*. Jurnal Penelitian Perikanan Laut No.50 Tahun 1988/1989 (Edisi Khusus) Jakarta
- Sudarsono, 1990. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Penerbit PT. Gramedia Jakarta.
- Steener, RM. 1988, *Efektivitas Organisasi*, Erlangga Jakarta
- Sumodiningrat, Gunawan, dkk., 1999, *Kemiskinan; Teori, Fakta dan Kebijakan*, Jakarta, IMPAC.
- Swastha, B. 1997. *Saluran Pemasaran, Konsep dan Strategi Analisis Kuantitatif*. BPEF UGM Yogyakarta
- Usman, Husaini dan Pumomo Setyadi Akbar. 2000, *Metodologi Penelitian Sosial*. PT. Bumi Aksara Jakarta
- Walker, B., 2000. *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Erlangga. Jakarta.
- Wawan Ruswanto. 2008. *Jaringan Produksi dan Distribusi Pemasaran pada Komunitas Nelayan di Desa Pangandaran*. Online [http://www./utkampus.net](http://www.utkampus.net))
- Winardi, 1992. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Wolf, E. (1966). Kinship, Friendship And Patron-Client Relation Dalam Banton (Ed). *The Social Anthropology Of Complex Societies*. London: Association of Applied Social Anthropology

Lampiran 2

Tabel 1. Margin Saluran pemasaran Tujuan Pedagang besar

Hasil Tangk. (kg)	Harga Nelayan (Rp)	Jumlah (Rp)	Transport	Biaya/kg (Rp)	HPP (Rp)	Harga/kg TPI (Rp)	Harga Penjualan (Rp)	Potongan 6% (Rp)	Total Penjualan Bersih (Rp)	Margin (Rp)	Total Margin (Rp)
1,650	3,030	4,999,500	L-300	792.4	3,822.40	7,000	11,550,000	693,000	10,857,000	2,758	4,550,040
3,300	3,030	9,999,000	Truk	847.00	3,877.00	3,500	11,550,000	693,000	10,857,000	(587)	(1,937,100)
4,950	3,030	14,998,500	Truk	564.65	3,594.65	3,500	17,325,000	1,039,500	16,285,500	(305)	(1,508,018)

Tabel 2. Margin Saluran Pemasaran Tujuan Perusahaan

Hasil Tangk. (kg)	Harga Nelayan (Rp)	Jumlah (Rp)	Transport	Biaya/kg (Rp)	HPP (Rp)	Harga/kg TPI (Rp)	Margin (Rp)	Total Margin (Rp)
3,300	3,030	9,999,000	Truk	847.00	3,877	6,500	2,623	8,655,900
4,950	3,030	14,998,500	Truk	564.65	3,595	6,500	2,905	14,381,483