

**ANALISIS FAKTOR PRODUKSI DAN PEMASARAN KEPITING BAKAU
(*Scylla olivacea*.) DI KECAMATAN CENRANA KABUPATEN BONE**

SKRIPSI

SURIYANTI

L241 16 003



PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN

DEPARTEMEN PERIKANAN

FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2020



Optimization Software:
www.balesio.com

**ANALISIS FAKTOR PRODUKSI DAN PEMASARAN KEPITING BAKAU
(*Scylla olivacea*.) DI KECAMATAN CENRANA KABUPATEN BONE**

SURIYANTI
L241 16 003

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan



**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Faktor Produksi dan Pemasaran Kepiting Bakau
(*Scylla olivacea*.) di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone.
Nama Mahasiswa : Suriyanti
Nomor Pokok : L241 16 003
Program Studi : Sosial Ekonomi Perikanan

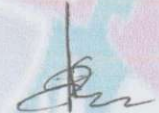
Skripsi telah diperiksa dan dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,



M. Chasyim Hasani, S.Pi., M.Si.
NIP. 19710412 199003 1 003



Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si.
NIP. 1971012 6200112 1 001

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan

Ketua Program Studi
Sosial Ekonomi Perikanan,



Dr. Ir. St. Aisjah Farhum, M.Si.
NIP. 19690913 199303 2 004



Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si.
NIP. 1971012 6200112 1 001

Tanggal Lulus: 2020



PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suriyanti
NIM : L241 16 003
Program Studi : Sosial Ekonomi Perikanan
Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul "Analisi Faktor Produksi dan Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*.) di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan bebas plagiat, serta tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis digunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber acuan serta daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (Permendiknas No. 17, tahun 2007).

Makassar, Agustus 2020



Suriyanti

L241 16 003



Optimization Software:
www.balesio.com

PERNYATAAN AUTHORSHIP

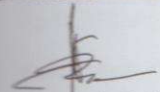
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suriyanti
NIM : L241 16 003
Program Studi : Sosial Ekonomi Perikanan
Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa Skripsi publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi/Tesis/ Disertasi pada jurnal atau forum ilmiah lain harus seizin dan menyertakan tim pembimbing sebagai author dan Universitas Hasanuddin sebagai institusinya. Apabila dalam waktu sekurang-kurangnya dua semester (sejak pengesahan Skripsi) saya tidak melakukan publikasi dari sebagian atau keseluruhan Skripsi ini, maka pembimbing sebagai salah seorang dari penulis berhak mempublikasikannya pada jurnal ilmiah yang ditentukan kemudian, sepanjang nama mahasiswa tetap diikutkan.

Makassar, Juli 2020

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Sosial Ekonomi Perikanan
Universitas Hasanuddin


Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si.
NIP.19710126 200112 1 001

Penulis,


Suriyanti
L241 16 003



ABSTRAK

SURIYANTI. L24116003. "Analisis Faktor Produksi dan Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*.) di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone ". Dibimbing oleh **M. Chasyim Hasani** sebagai pembimbing utama dan **Hamzah** sebagai pembimbing anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya besar produksi, faktor yang mempengaruhi produksi, dan model pemasaran kepiting bakau (*Scylla olivacea*.) di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai April 2020. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *cluster random sampling* jumlah sampel sebanyak 37 orang. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis fungsi produksi *Cobb-Douglass*. Produksi kepiting bakau di Kecamatan Cenrana khususnya di Desa Pallime dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah luas lahan. Besar produksi kepiting bakau di Desa Pallime Kecamatan Cenrana adalah 3.680 kg/siklus, yang dikelompokkan berdasarkan luas lahan budidaya. Hasil koefisien determinasi 0,993 yang artinya bahwa 99,3% produksi kepiting bakau di Kecamatan Cenrana dipengaruhi oleh variable luas lahan, jumlah bibit yang ditebar, modal, dan pengalaman kerja. Sedangkan sisanya sebesar 0,7 % dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan uji F menunjukkan secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah produksi usaha budidaya kepiting bakau. Hasil uji t menunjukkan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah produksi kepiting bakau di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone, yaitu luas lahan (X_1), jumlah bibit yang ditebar (X_2), dan modal (X_3). Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh yaitu pengalaman kerja (X_4). Terdapat perbedaan margin, efisiensi dan keuntungan pemasaran yang diterima pada setiap lembaga saluran pemasaran kepiting bakau. Margin pemasaran tertinggi untuk penjualan kepiting bakau terdapat pada pedagang pengumpul sebesar Rp.16.111,-/kg. Lembaga pemasaran yang paling efisien pada saluran pemasaran tersebut adalah pedagang besar dengan nilai 0,50%. Dan keuntungan pemasaran tertinggi terdapat pada pedagang pengumpul sebesar Rp.10.278,-/kg.

Kata Kunci: *Kepiting Bakau, Produksi, Faktor Produksi, Pemasaran*



SURIYANTI. L24116003. "Analysis of the Factors of Production and Marketing of Mangrove Crabs (*Scylla olivacea*.) In Cenrana Sub-District, Bone Regency." supervised by **M. Chasyim Hasani** as the Main Advisor and **Hamzah** as Member Advisor.

This study aims to determine the amount of production, factors that influence production, and marketing models of mangrove crabs (*Scylla olivacea*.) in Cenrana District, Bone Regency. This research was conducted in March to April 2020. The sampling method used was cluster random sampling with a total sample of 37 people. The data sources used are primary and secondary data and then analyzed using the Cobb-Douglass production function analysis. Mangrove crab production in Cenrana Subdistrict, especially in Pallime Village is influenced by several factors, one of which is land area. The amount of mangrove crab production in Pallime Village, Cenrana District is 3.680 kg/cycle, which is grouped based on the area of cultivation land. The result of the determination coefficient is 0.993 which means that 99.3% of mangrove crab production in Cenrana Subdistrict is influenced by variable land area, number of seedlings stocked, capital, and work experience. While the remaining 0.7% is influenced by other factors. Based on the F test, together the independent variables significantly influence the number of mangrove crab production businesses. The t-test results showed that the variables had a significant effect on the amount of mangrove crab production in Cenrana District, Bone Regency, namely land area (X_1), number of seeds stocked (X_2), and capital (X_3). While the variable that has no effect is work experience (X_4). There are differences in margins, efficiency and marketing benefits received by each mangrove crab marketing channel agency. The highest marketing margin for the sale of mangrove crabs is found in the collecting traders amounting to Rp.16.111/kg. The most efficient marketing institutions in the marketing channel are large traders with a value of 0.50%. And the highest marketing profit is found in the collectors amounting to Rp.10.278/kg.

Keywords: *Mangrove Crab, Production, Production Factors, Marketing*



KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, pemilik segala kesempurnaan, memiliki segala ilmu dan kekuatan yang tak terbatas, yang telah memberikan kami kekuatan, kesabaran, ketenangan, dan karunia selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selawat dan salam tercurahkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, Nabi pembawa cahaya ilmu pengetahuan yang terus berkembang hingga kita merasakan nikmatnya hidup zaman ini.

Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian mengenai **Analisis Faktor Produksi dan Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*) di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone** yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.

Pada penelitian ini, hambatan dan rintangan yang dihadapi merupakan proses yang menjadi kesan dan pendewasaan diri. Semua ini tentunya tidak lepas dengan adanya kemauan yang kuat dalam hati dan kedekatan kepada Allah SWT.

Melalui kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan ucapan terkhusus untuk kedua penyemangat penulis Ayahanda **Baba** dan Ibunda **Hasnah** tercinta yang telah menjadi orang tua yang sangat sabar dalam menghadapi semua keluh kesah penulis, serta telah memberikan dukungan, kasih sayang, perhatian dan doa yang tiada henti-hentinya bagi penulis terima kasih karena telah menjadi canda dan tawa, serta penguat bagi penulis, penulis tidak mampu melangkah sejauh ini tanpa bimbingan kedua orang tua tercinta. Untuk Orangtua kedua penulis **Kanda Zulkarnain Hamson, S. Sos., M.Si** dan **Kanda Misna M Attas, SP** yang selalu mendukung, memberi semangat, serta menasihati penulis. Serta untuk saudara dan saudari penulis beserta keluarga besar penulis yang senantiasa mendukung dan memberi semangat selama ini semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada keluarga kita.

Terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada **Bapak M. Chasyim Hasani, S. Pi., M.Si.** selaku pembimbing ketua dan **Bapak Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si.** selaku pembimbing anggota yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga dari awal persiapan penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Ibu Dr. St. Ir. Aisyah Fahrur, M. Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
2. **Bapak Dr. Ir. Gunarto Latama, M.Sc** selaku Ketua Departemen Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
3. **Bapak Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si** selaku Ketua Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Departemen Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.

Prof. Dr. Ir. Aris Baso, M.Si. dan **Ibu Arie Syahrini Cangara, S.Pi., M. Si.** sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pengetahuan baru dan masukan saran dan kritik yang sangat membangun.



5. **Dosen dan Staf Dosen** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.
6. **Seluruh Staf Administrasi FIKP** yang selalu membantu dalam urusan administrasi selama penyusunan skripsi ini.
7. **Bapak Jahidin, Bapak Firsan, Bapak Muhadis, Bapak Hamsah S.Pd. dan Kak Ikbal** terima kasih atas bantuan dan keramahan kepada penulis selama proses pengambilan data penelitian ini.
8. **Kepala Desa Pallime Kecamatan Cenrana Beserta Staf** terima kasih atas bantuan dan keramahan kepada penulis selama proses pengambilan data penelitian ini.

Ucapan terima kasih dan limpahan kasih sayang melalui skripsi ini penulis sampaikan kepada mereka yang telah berperan serta dalam proses penelitian, penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.

1. Sahabat seperjuangan dalam penelitian **Afarni Mulia Ningsih** terima kasih atas bantuan dan semangat yang diberikan selama ini.
2. Sahabat saya **Nur Afni Rustan, A. Nur Indah Sari, St. Marlian, Nurwindah Sari, Fitriana, Nurfiqhi Islamiyah, Nurlatifah Amu, Haslinda Melani, Rosnani Samad, Reski Amaliah, dan Andi Nurul Khasanah** terima kasih atas doa, dukungan, bantuan, dan semangatnya yang diberikan.
3. Buat **Malik Abdul Karim Amirullah** dan keluarga yang telah senantiasa memberikan dukungan, semangat dan motivasi sehingga penulis mampu berjuang kembali untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh teman-teman **Sosial Ekonomi Perikanan 2016** terima kasih atas doa, dukungan, bantuan, dan semangatnya yang diberikan.
5. Seluruh Kader **Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Perikanan Unhas Cabang Makassar Timur** terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan.
6. Seluruh teman-teman **PMB-UH Latenritatta** terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan terutama kepada penulis.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, Agustus 2020

Suriyanti



RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Suriyanti, lahir di Watampone pada tanggal 11 April 1998. Penulis merupakan anak ke tiga dari pasangan Bapak Baba dan Ibu Hasnah. Pendidikan yang ditempuh penulis dimulai pada tahun 2004 penulis memasuki Sekolah Dasar di SD Negeri 24 Macanang lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan lagi ketingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Unggulan Watampone dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 4 Watampone dan lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di tingkat Perguruan Tinggi Negeri yakni di Universitas Hasanuddin Makassar tepatnya di Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Departemen Perikanan, dengan Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, melalui jalur SNMPTN. Penulis juga merupakan mahasiswa penerima Beasiswa Bidikmisi Universitas Hasanuddin dari tahun 2016 sampai tahun 2020. Aktivitas penulis selama menjadi mahasiswa adalah mahasiswa aktif selama mengikuti perkuliahan dan ikut aktif dalam beberapa kepanitiaan dan organisasi dalam internal kampus maupun eksternal kampus diantaranya, sebagai pengurus di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Perikanan Unhas periode 2018/2019, pengurus Generasi Ilmiah Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Unhas periode 2018/2019, pengurus di Perhimpunan Mahasiswa Bone Latenritatta tahun 2017-2019, dan pengurus di Himpunan mahasiswa Islam Komisariat Perikanan Unhas tahun 2018-2020.

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor Produksi dan Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*.) di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone**”.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
PERNYATAAN AUTORSHIP	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
A Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i>)	5
B. Metode Budidaya Kepiting	7
C. Produksi.....	10
D. Analisis Regresi Linear Berganda	12
E. Pemasaran.....	13
F. Penelitian Terdahulu.....	17
G. Kerangka Pikir	18
III. METODOLOGI PENELITIAN	20
A. Lokasi Dan Penelitian.....	20
B. Jenis Penelitian.....	20
C. Metode Pengambilan Sampel.....	20
D. Sumber Data.....	21
E. Teknik Pengambilan Data.....	21
F. Analisis Data.....	21
G. Langkah-langkah Operasional.....	24
H. Diagram Alir.....	26
I. Peta Lokasi Penelitian.....	26
J. Peta Umum Lokasi Penelitian.....	26



B. Karakteristik Responden	30
V. PEMBAHASAN	39
A. Proses Budidaya Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .)	39
B. Besar Produksi Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .)	42
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .)	43
D. Saluran Pemasaran Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .).....	46
E. Lembaga Pemasaran Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .)	46
F. Margin Pemasaran	50
G. Biaya Pemasaran	51
H. Efisiensi Pemasaran	52
I. Keuntungan Pemasaran.....	52
VI. KESIMPULANDAN SARAN	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	60



DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Jumlah Sampel Penelitian	22
2. Luas Wilayah Menurut Desa di Kecamatan Cenrana Tahun 2019.....	27
3. Keadaan Jumlah Produk di Desa Pallime.....	29
4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Usia di Desa Pallime.....	29
5. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	30
6. Jenis Sarana dan Prasarana di Desa Pallime.....	31
7. Karakteristik Responden di Dalam Tingkat Usia	32
8. Karakteristik Responden di Dalam Tingkat Pendidikan.....	32
9. Karakteristik Jumlah Tanggungan Keluarga	33
10. Karakteristik Pengalaman Usaha.....	34
11. Jenis Produksi Usaha Budidaya Kepiting Bakau di Desa Pallime	34
12. Jumlah Produksi Kepiting Bakau dalam Laju Siklus Budidaya.....	34
13. Nilai Estimasi Regresi Linear Berganda pada Produksi Kepiting Bakau	35
14. Nilai Koefisien Determinan (R^2)	36
15. Nilai Signifikansi Uji F	36
16. Nilai Uji T dan Koefisien Regresi	36
17. Nilai Elastisitas Produksi Kepiting Bakau.....	36
18. Margin Pemasaran Kepiting Bakau setiap Kategori.....	36
19. Margin Pemasaran Kepiting Bakau di Kec. Cenrana Kab. Bone.....	36
20. Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau setiap Kategori.....	36
21. Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Kec. Cenrana Kab. Bone	37
22. Keuntungan Pemasaran Kepiting Bakau setiap Kategori.....	37
23. Keuntungan Pemasaran Kepiting Bakau	37



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Kepiting Bakau	5
2. Induk Kepiting Bakau	6
3. Skema Alur Produksi.....	10
4. Skema Kerangka Pikir Ilmiah.....	19
5. Diagram Luas Wilayah Desa Pallime di Kecamatan Cenrana Tahun 2019.....	27
6. Kurva Rata-Rata Produksi Kepiting Bakau	34
7. Saluran Pemasaran Kepiting di Pallime.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian	61
2. Identitas Responden.....	62
3. Faktor Produksi Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i>)	64
4. Hasil Log Faktor Produksi Kepiting Bakau (<i>olivacea</i> .).....	65
5. Margin Pemasaran Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .)	66
6. Biaya yang dikeluarkan Oleh Lembaga Pemasaran Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .)	67
7. Jumlah Rata-Rata Harga Jual dan Harga Beli Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .) Pengumpul di Desa Pallime Kecamatan Cenrana.....	68
8. Jumlah Rata-Rata Harga Jual dan Harga Beli Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .) Pedagang Besar di Desa Pallime Kecamatan Cenrana	70
9. Jumlah Rata-Rata Harga Jual dan Harga Beli Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .) Pengecer di Desa Pallime Kecamatan Cenrana	71
10. Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau (<i>Scylla olivacea</i> .)	73
11. Kuisisioner Penelitian.....	75
12. Dokumentasi Penelitian.....	79



I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sulawesi Selatan sebagai salah satu daerah yang memiliki luas perairan laut cukup besar menjadikan hasil komoditi laut sebagai salah satu andalan dalam pendapatan asli daerah Sulawesi Selatan. Potensi perikanan dan kelautan meliputi panjang garis pantai 2.500 km, perikanan laut 600.000 ton/tahun, perairan umum 40.000 ton/tahun, budidaya tambak 150.000 ha, budidaya air tawar 100.000 ha dan areal budidaya laut 600.000 ha yang terdapat di Provinsi Sulawesi Selatan (DKP Sul-Sel, 2014).

Potensi sumberdaya perikanan dan kelautan yang terdapat di Provinsi Sulawesi Selatan terdiri dari berbagai hasil perikanan laut, wisata bahari, pantai, ekosistem mangrove, terumbu karang dan rumput laut serta beragam jenis biota laut lainnya. Dengan potensi tambak seluas itu sangat potensial dikembangkan untuk budidaya kepiting bakau (*Scylla olivacea*). Produksi pada tahun 2018 tercatat sebesar 1.377,7 ton sedangkan pada tahun 2017 tercatat sebesar 1.397,3 ton atau terjadi penurunan produksi sebesar 1,4 % (DKP Provinsi Sul-Sel, 2018).

Salah satu bisnis sektor perikanan yang mempunyai potensi cukup besar adalah budidaya kepiting bakau. Kepiting bakau merupakan salah satu potensi komoditas perikanan pesisir yang mempunyai nilai ekonomi tinggi karena sangat digemari oleh konsumen baik lokal maupun luar negeri. Kepiting bakau telah menjadi komoditas perikanan penting di Indonesia sejak awal tahun 1980-an yang produksinya berasal dari penangkapan di alam, khususnya perairan pesisir dengan vegetasi mangrove, perairan estuaria dan dari hasil budidaya tambak air payau. Di Indonesia, spesies ini tersebar luas dari barat (Sumatera) ke timur (Papua) yang tersebar di banyak wilayah pesisir yang memiliki hutan mangrove yang luas dan saat ini trend permintaan serta eksploitasinya cenderung terjadi peningkatan (Wijaya et al. 2010).

Kabupaten Bone merupakan salahsatu daerah yang ada di Sulawesi Selatan yang memiliki garis pantai yang cukup panjang ±127 km membentang dari utara ke selatan dengan luas wilayah pengembangan perikanan (penangkapan dan budidaya), termasuk yang sangat potensial untuk pengembangan kepiting bakau. Adapun produksi kelautan dan perikanan kabupaten Bone dari tahun 2013 sampai 2015 khusus kepiting bakau fluktuasi yakni sebesar 1.032,00 ton pada tahun 2013, 1.135,20 ton pada dan 1.067,30 ton pada tahun 2015 dengan target 1.223,00 ton pada tahun



Desa Pallime termasuk dalam lingkup Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone yang sangat terkenal dengan produksi kepiting bakaunya. Kepiting ini digemari masyarakat karena rasa dagingnya yang gurih dan bergizi tinggi. Kepiting bakau yang dipelihara dalam tambak-tambak selama ini dinilai memiliki kualitas gizi terbaik dibanding kepiting bakau dari daerah lain. Kepiting bakau dari Desa Pallime dinyatakan sebagai kepiting terbaik yang unggul karena rasa dan telurnya. Ini disebabkan karena tempat tumbuh kepiting ini yang berada dipertemuan antara Teluk Bone dan Muara Sungai Cenrana. Ketersediaan benih di perairan Pallime cukup banyak. Namun demikian, kesehatan benih merupakan faktor yang menunjang keberhasilan dalam usaha pembesaran kepiting di tambak. Semakin benih sehat dan segar maka tingkat keberhasilan pemeliharaan kepiting juga akan semakin meningkat (DKP Kabupaten Bone, 2008).

Dalam usaha budidaya kepiting bakau (*Scylla olivacea*.) pembudidaya menggunakan berbagai faktor produksi untuk menghasilkan kepiting bakau dengan jumlah yang besar agar pendapatan pembudidaya juga dapat meningkat seperti luas lahan, bibit yang ditebar, modal, dan pengalaman kerja.

Luas lahan yang digunakan dalam proses budidaya kepiting bakau juga penting karena ketersediaan tambak yang luas sangat menunjang bagi pengembangan komoditas perikanan tersebut. Tambak kepiting harus mempunyai konstruksi yang berorientasi pada faktor lingkungan dan sifat kepiting sehingga dapat mendukung kelangsungan hidup dan pertumbuhan kepiting secara maksimal.

Bibit merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dalam proses budidaya kepiting bakau. Bibit yang baik adalah dapat dipilih secara fisik, tidak memiliki cacat ditubuhnya, ukurannya besar, serta berperilaku gesit saat akan ditangkap. Bibit dikumpulkan nelayan/pembudidaya dari kawasan mangrove yang ada disekitar desa. Kualitas dan kuantitas bibit tersebut merupakan faktor penentu tinggi rendahnya produksi.

Pengalaman kerja atau pengetahuan tentang teknik budidaya kepiting bakau juga sangat diperlukan, umumnya diperoleh secara turun temurun dari orang tua atau pendahulu mereka berdasarkan pengalaman. Dengan pertambahan usia, selalu akan diikuti oleh meningkatnya pengalaman kerja yang ditekuni. Semakin tinggi pengalaman seorang pembudidaya kepiting bakau diasumsikan bahwa semakin efisien dan efektif dalam proses budidaya sehingga dapat meningkatkan pendapatan pembudidaya kepiting bakau.

sangat mempunyai pengaruh yang besar karena tanpa adanya modal suatu dijalankan tidak akan berjalan dengan lancar karena perlu membiayai biaya sehari-hari pada proses budidaya kepiting bakau.



Dengan potensi kepiting bakau yang ada di Desa Pallime Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone maka dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan nelayan serta meningkatkan pendapatan asli daerah di bagian produksi hasil budidaya hingga sampai ke pemasarannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor Produksi dan Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea.*) di Kecamatan Cenrana, Kabupaten Bone**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Berapa besar produksi Kepiting Bakau (*Scylla olivacea.*) di Kecamatan Cenrana, Kabupaten Bone?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi produksi Kepiting Bakau (*Scylla olivacea.*) di Kecamatan Cenrana, Kabupaten Bone?
3. Bagaimana model pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea.*) di Kecamatan Cenrana, Kabupaten Bone?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besar produksi Kepiting Bakau (*Scylla olivacea.*) di Kecamatan Cenrana, Kabupaten Bone.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi produksi Kepiting Bakau (*Scylla olivacea.*) di Kecamatan Cenrana, Kabupaten Bone
3. Untuk mengetahui model pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea.*) di Kecamatan Cenrana, Kabupaten Bone.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan informasi bagi pembudidaya kepiting bakau dalam pengembangan usahanya, dimana penelitian ini sebagai informasi tentang produksi dan pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea.*)
2. Sebagai bahan pertimbangan pemerintah dan penentu kebijakan dalam merumuskan kebijakan yang dapat mendukung peningkatan produksi dan pemasaran.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan informasi bagi penulis untuk mengetahui hal yang diteliti mengenai produksi dan model pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea.*) di Desa Pallime, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Bone.

2. Sebagai bahan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.



D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pertimbangan untuk Pemerintah dalam menyusun kebijakan terutama dalam pengelolaan Kepiting Bakau.
2. Sebagai bahan kajian dalam peningkatan produktivitas Kepiting Bakau.
3. Sebagai jalan bagi pembaca untuk memberikan informasi serta pengetahuan mengenai pembudidayaan kepiting bakau serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.



II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepiting Bakau (*Scylla spp.*)

Adapun klasifikasi kepiting bakau sebagai berikut:

Kingdom : Animalia

Phylum : Arthropoda

Class : Crustaceae

Sub class : Malacostraca

Ordo : Decapoda

Sub ordo : Brachyuran

Familia : Portunidae

Genus : *Scylla*

Species : *Scylla serrate*.

Scylla tranquebaric.

Scylla paramamosain.

Scylla olivacea.

Sumber : *marinespecies.org*, 2019



Gambar 1. Kepiting Bakau

Sumber : *wwf.or.id*, 2019

Kepiting bakau merupakan salah satu kelompok Crustacea. Tubuh kepiting ditutupi dengan karapas, yang merupakan kulit keras atau exoskeleton (kulit luar) dan berfungsi untuk melindungi organ bagian dalam kepiting (Prianto, 2007). Kulit yang keras tersebut berkaitan dengan fase hidupnya (pertumbuhan) yang selalu terjadi proses kulit (moulting). Kepiting bakau genus *Scylla* ditandai dengan bentuk karapas bagian depan pada sisi panjangnya terdapat 9 duri di sisi kiri dan kanan serta di antaranya diantara ke dua matanya. Spesies-spesies di bawah genus ini dapat diidentifikasi dari penampilan morfologi maupun genetiknya. Seluruh organ tubuh yang



penting tersembunyi di bawah karapas. Anggota badan berpangkal pada bagian cephalus (dada) tampak mencuat keluar di kiri dan kanan karapas, yaitu 5 (lima) pasang kaki.

Pasangan kaki pertama disebut cheliped (capit) yang berperan sebagai alat memegang dan membawa makanan, menggali, membuka kulit kerang dan juga sebagai senjata dalam menghadapi musuh, pasangan kaki kelima berbentuk seperti kipas (pipih) berfungsi sebagai kaki renang yang berpola poligon dan pasangan kaki selebihnya sebagai kaki jalan. Pada dada terdapat organ pencernaan, organ reproduksi (gonad pada betina dan testis pada jantan). Bagian tubuh (abdomen) melipat rapat dibawah (ventral) dari dada. Pada ujung abdomen itu bermuara saluran pencernaan (dubur).

Kepiting jantan memiliki capit yang dapat mencapai dua kali lipat dari pada panjang kerapasnya. Sedangkan kepiting bakau betina relatif lebih pendek. Selain itu, kepiting bakau juga memiliki tiga pasang kaki jalan dan sepasang kaki renang. Kepiting bakau jantan ditandai dengan abdomen bagian bawah berbentuk segitiga meruncing sedangkan kepiting bakau betina, bentuk abdomennya melebar (Kasry, 1996)



Gambar 2. Induk Kepiting Bakau Jantan (1), Induk Kepiting Bakau Betina (2)

Sumber : (BBPBAP Jepara 2019)

Kepiting bakau yang dikenal dengan nama *mud crab* atau *mangrove crab* merupakan salah satu komoditas perikanan dari marga krustasea yang memiliki nilai ekonomis penting. Jenis kepiting ini telah dibudidayakan secara komersial di beberapa negara tropis termasuk Indonesia. Kepiting bakau telah dikenal baik di pasaran dalam negeri maupun luar negeri karena rasa dagingnya yang lezat dan bernilai gizi tinggi. Berdasarkan hasil analisis proksimat diketahui bahwa daging kepiting bakau mengandung protein 44,85-50,58%, lemak 10,52-13,08% dan energi 3.579-3.724 kkal/g. Selain itu, daging kepiting mengandung berbagai nutrisi penting seperti mineral dan asam lemak. Meskipun daging kepiting mengandung kolesterol, namun kandungan lemak jenuhnya rendah. Kepiting juga merupakan sumber protein, niacin, folate, vitamin B12, fosfor, seng, tembaga dan selenium (Karim, 2013).

Daya kepiting bakau diawali penangkapan benih-benih kepiting bakau dalam sekitar hutan bakau, benih ini merupakan hasil peranakan alami dari benih kepiting dewasa. Kemudian dimasukkan dalam lahan yang telah disiapkan



yaitu keramaba yang diletakkan dalam perairan di lahan tambak atau perairan bakau. Sistem pengelolalan tambak kepiting meliputi beberapa kegiatan diantaranya, yaitu persiapan tambak, penebaran bibit, pemberian pakan, pemeliharaan air, dan panen.

B. Metode Budidaya Kepiting Bakau

1. Pembesaran Kepiting Bakau

Budidaya kepiting bakau untuk tujuan pembesaran bertujuan untuk memelihara kepiting dari ukuran benih menjadi ukuran konsumsi. Kegiatan pembesaran ini dapat dilakukan di tambak-tambak yang basa digunakan untuk memelihara bandeng dan udang. Pada metode ini kepiting ditebar secara bebas ditambak. Tambak tersebut sekelilingnya dipasang pagar yang cukup rapat atau waring agar kepiting tidak keluar atau mencegah masuknya organisme lain yang mungkin saja membawa penyakit (Karim, 2013).

a. Penebaran Benih

Benih kepiting yang ditebar adalah yang sehat dan berkualitas. Kualitas benih kepiting bakau dapat dilihat dari kesehatan benih yang terlihat dari kelengkapan kaki-kakinya, warna cerah dan memperlihatkan sifat yang melawan jika diganggu. Benih kepiting yang kelihatan capit akan mempengaruhi kemampuannya untuk memegang makanan yang dimakan serta system sensorisnya. Meskipun setelah melakukan *molting* atau ganti kulit, kaki yang baru akan tumbuh kembali, tetapi proses ini memerlukan waktu. Dengan demikian, perlu dipilih benih yang mempunyai kaki yang masih lengkap. Adapun benih kepiting yang kurang sehat, terlihat dari warna karapas yang kemerah-merahan dan pudar serta pergerakannya lamban (Karim, 2013).

Padat penebaran kepiting pada kegiatan pembesaran tergantung pada ukuran beninya. Benih yang mempunyai ukuran lebar karapas 3-4 cm dengan bobot 30-50 gram dapat ditebar dengan kepadatan 1-2 ekor per m² atau 10.000-20.000 ekor/ha.

b. Pemeliharaan

Lama pemeliharaan pada kegiatan pembesaran kepiting berkisar antara 4-5 bulan. Selama pemeliharaan, kepiting dapat diberi pakan berupa ikan rucah, daging kerang, hancuran daging siput ataupun dengan menggunakan pakan buatan yang diformulasi berbentuk bakso untuk mempertahankan konsistensinya dalam air. Beberapa peneliti merekomendasikan bahwa dosis pakan yang diberikan untuk pembesaran sekitar 12-15% per hari dari biomassa kepiting untuk bulan pertama,

10-12% pada bulan kedua, 8-10% pada bulan ketiga, dan 6-8% pada bulan keempat. Frekuensi pemberian pakan dilakukan 2 kali sehari yakni pada waktu pagi dan sore. Pemberian pakan dilakukan dengan cara ditebar kedalam tambak secara merata (Karim, 2013).



Secara umum kebutuhan nutrient pada kepiting bakau meliputi protein, lemak, karbohidrat, vitamin, dan mineral. Nafsu makan kepiting muda biasanya lebih besar dibanding kepiting dewasa, karena pada kondisi tersebut dibutuhkan sejumlah pakan yang cukup untuk proses pertumbuhan dan ganti kulit. Nafsu makan akan berkurang pada saat kepiting sedang bertelur, dan puncaknya setelah bertelur (Karim, 2013).

Selama pemeliharaan berlangsung, perlu dilakukan sampling. Tujuan sampling adalah untuk mengetahui pertumbuhan kepiting dan menentukan banyaknya pakan yang diberikan. Sampling sebaiknya dilakukan secara periodic, yakni setiap 7 atau 10 hari. Sampling dapat dilakukan dengan menggunakan alat tangkap berupa rakkang, atau alat tangkap lainnya.

Pencegahan terhadap serangan hama penyakit juga perlu dilakukan. Tindakan ini merupakan cara terbaik daripada pengobatan. Tindakan pencegahan dapat dilakukan dengan cara pergantian air yang cukup, pengapuran secara rutin dan penyaringan air yang lebih sempurna. Untuk memberantas hama yang ada ditambak dari jenis ikan liar diantaranya ialah kakap, baronang, dan payus dapat dilakukan dengan menggunakan saponin (pestisida selektif) dengan dosis 15 ppm. Penggunaan obat-obatan kimia merupakan alternative paling akhir jika dengan cara pencegahan tidak berhasil (Karim, 2013).

c. Panen

Panen dapat dilakukan setelah kepiting mencapai ukuran konsumsi atau pangsa pasar yakni minimal 200 gram/ekor (3-5 ekor/kg). Pemanenan dapat dilakukan secara selektif atau total. Pada pemanenan selektif, kepiting yang dipanen adalah yang telah mencapai ukuran konsumsi. Kepiting yang belum mencapai ukuran konsumsi tetap dipelihara dalam tambak yang sama hingga mencapai ukuran konsumsi. Alat yang digunakan dalam pemanenan antara lain : perangkap, rakkang, seser pada waktu kepiting sedang makan, atau dapat pula dilakukan dengan menggunakan tangan kalau sudah berpengalaman (Karim, 2013).

Pada pemanenan secara total, semua kepiting dipanen. Kepiting yang telah mencapai ukuran pasar dijual, sedangkan yang masih kecil dapat dipelihara lagi ditambak lain atau di dalam keramba bambu. Cara pemanenan secara sederhana yaitu dimulai dengan membuang sebagian air tambak sampai kedalaman dalam petak 30 cm. penangkapan secara total biasa dilakukan dengan mengeringkan tambak. Dalam hal ini kepiting dapat ditangkap dengan seser. Kepiting yang tersembunyi didalam lumpur ditangkap dengan seser dari bambu ataupun mengeruk lapisan lumpur kepiting bersembunyi (Karim, 2013).

panen



Kepiting yang telah dipanen siap untuk pasarkan. Oleh karena kepiting mempunyai capit yang kuat dan dapat menjepit, sebelum dipasarkan terlebih dahulu diikat dan dimasukkan kedalam keranjang. Dalam mengikat kepiting diperlukan keterampilan karena capit dan anggota badannya mudah putus, sedangkan bila anggota badannya tidak lengkap, harga jualnya akan menurun (Karim, 2013).

2. Produksi Kepiting Bertelur

Produksi kepiting bertelur bertujuan untuk meningkatkan kualitas kepiting betina yang belum bertelur menjadi bertelur melalui pemeliharaan yang intensif. Kepiting yang baru saja dipanen dari tambak, juga dapat dibudidayakan lebih lanjut agar kualitasnya lebih baik. Budidaya kepiting bertelur juga diharapkan menghasilkan induk-induk matang gonad yang sangat dibutuhkan pada usaha pembenihan. Selama ini ketersediaan induk matang gonad yang berkualitas dengan jumlah yang mencukupi terkadang menjadi salah satu kendala dipanti-panti pembenihan kepiting bakau. Ketersediaan induk matang telur yang berkesinambungan akan sangat mendukung pembenihan kepiting bakau dimasa mendatang yang diharapkan akan mendorong berkembangnya budidaya (Karim, 2013).

a. Penebaran Benih

Kepiting bakau yang ditebar adalah kepiting betina saja yang masih kosong atau bertelur belum penuh dengan bobot minimal 150 g/ekor. Untuk system kurungan, kepiting ditebar dengan kepadatan 100 ekor untuk tiap kurungan atau sesuai dengan ukuran kurungan yang digunakan dan tidak dicampur dengan kepiting jantan. Pada system keramba apung, padat penebaran kepiting adalah 1 ekor per kotak atau 25 ekor per m² (Karim, 2013).

b. Pemeliharaan

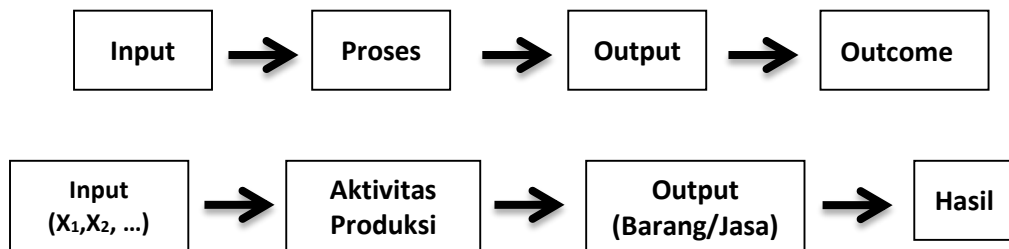
Pemeliharaan kepiting bertelur dapat dilakukan selama 1-3 minggu tergantung pada tingkat kematangan telur kepiting yang ditebar. Selama pemeliharaan, kepiting dapat diberi pakan berupa ikan kering atau ikan segar ataupun pakan buatan berbentuk bakso. Dosis pakan yang diberikan berkisar 5-10% dari bobot tubuh. Frekuensi pemberian pakan dilakukan 2 kali sehari (pagi dan sore/malam hari), baik yang dipelihara dengan menggunakan kurungan maupun keramba apung.

c. Panen

Panen dilakukan secara selektif, yaitu memilih kepiting yang betul-betul sudah matang telur. Adapun tanda-tanda kepiting yang telah matang telur adalah terjadinya perubahan pada karapas bagian belakang dan jika bagian perut ditekan sedikit saja telur-telur berwarna merah kekuning-kuningan.



Produksi adalah kegiatan yang mengubah input menjadi *output/outcome* untuk meningkatkan manfaat, bisa dilakukan dengan cara mengubah bentuk (*form utility*), memindahkan tempat (*place utility*), atau dengan cara menyimpan (*store utility*).



Gambar 3. Skema alur produksi

Tujuan dari produksi itu tentunya adalah untuk menghasilkan barang/jasa; meningkatkan nilai guna barang/jasa; meningkatkan keuntungan; memperluas lapangan usaha; meningkatkan kemakmuran masyarakat; menjaga kesinambungan usaha perusahaan (Suardi, 2016).

Terjadinya suatu produksi adalah akibat tersedia dan bekerjanya faktor-faktor produksi. Faktor produksi adalah sumber dayayang digunakan dalam sebuah proses produksi. Fungsi produksi dapat menunjukkan sifat hubungan antara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang dihasilkan. Faktor produksi dalam ilmu ekonomi dimaknai sebagai sumberdaya yang diperlukan dalam sebuah proses produksi baik barang dan jasa. Faktor produksi terdiri dari tenaga kerja (*labor*), modal (*capital*), sumber daya alam (*physical resources*) dan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Namun seiring perkembangannya, para ahli menganggap bahwa informasi merupakan faktor produksi penting, karena peran informasi dan inovasi saat ini sangat besar dalam era globalisasi (Suardi, 2016).

Yang dimaksud dengan faktor produksi adalah semua korbanan yang diberikan pada tanaman agar tanaman tersebut mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik. Di berbagai literatur, faktor produksi ini dikenal pula dengan istilah *input*, *production factor*, dan korbanan produksi. Faktor produksi memang sangat menentukan besar kecilnya produksi yang diperoleh. Hubungan antara faktor produksi (*input*) dan produksi (*output*) biasanya disebut dengan fungsi produksi atau disebut juga dengan *factor relationship* (Soekartawi, 2010).



Berikut uraian mengenai faktor-faktor produksi (Harahap, 2008) :

1. Sumberdaya Alam

Sumberdaya alam adalah segala sesuatu yang disediakan oleh alam yang dapat dimanfaatkan manusia untuk memenuhi kebutuhan. Faktor produksi yang disediakan oleh alam, meliputi tanah, kekayaan hutan, kekayaan laut, air dan iklim.

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah kegiatan manusia baik jasmani maupun rohani yang dicurahkan dalam proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa maupun faedah suatu barang.

Berdasarkan sifatnya. Faktor produksi tenaga kerja dibagi menjadi :

- a. Tenaga kerja jasmani, yaitu kegiatan kerja yang lebih banyak menggunakan kekuatan jasmani/fisik. Contohnya tukang, buruh angkut.
- b. Tenaga kerja rohani, yaitu kegiatan kerja yang lebih banyak menggunakan kekuatan otak/pikiran. Contohnya guru, menteri, direktur.

3. Modal

Faktor produksi modal, yaitu semua hasil produksi berupa benda yang diciptakan untuk menghasilkan barang atau jasa yang lain. Contohnya mesin, cangkul, bensin, solar, bahan baku, Bahan baku disini termasuk hasil produksi, karena dia telah mengalami penambahan guna tempat dari tempat asal diangkut ke pabrik.

4. Kewirausahaan

Faktor produksi kewirausahaan diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengorganisasikan/mengatur dan mengkombinasikan faktor produksi alam, tenaga kerja dan modal.

Fungsi produksi adalah hubungan di antara faktor-faktor produksi dengan tingkat produksi yang dihasilkannya. Faktor-faktor produksi dikenal pula dengan istilah *input* dan jumlah produksi disebut sebagai *output*. Fungsi produksi dapat dirumuskan sebagai berikut (Sukirno, 2014) :

$$Q = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

Dimana, Q = tingkat produksi (*output*)

X_1 - X_n = input yang digunakan

Fungsi produksi *Cobb-Douglas* adalah suatu fungsi atau persamaan yang melibatkan dua atau lebih variabel, di mana variabel satu disebut variabel dependen (Y)

dan disebut variabel independen (X). Penyelesaian hubungan antara X dan Y biasanya dengan cara regresi, di mana variasi dari Y akan dipengaruhi variasi dengan demikian kaidahkaidah pada garis regresi juga berlaku dalam



penyelesaian fungsi *Cobb-Douglas*. Fungsi produksi *Cobb-Douglas* dapat ditulis sebagai berikut (Soekartawi, 2003):

$$Y = aX_1^{b_1} X_2^{b_2} \dots X_n^{b_n} e^u$$

Suatu skala yang menunjukkan tanggapan output terhadap perubahan semua input dalam proporsi yang sama. Sehingga dapat dikatakan pula bahwa perubahan penggunaan input dalam jumlah yang sama akan menyebabkan perubahan hasil produksi dan berada pada salah satu dari tiga skala produksinya. Skala produksi dapat diketahui dengan cara menjumlahkan koefisien elastisitas masing-masing faktor produksi. Sehingga terdapat tiga kemungkinan yaitu (Soekartawi, 2003) :

1. Jika $\beta_1 + \beta_2 + \beta_3 + b_4 + b_5 < 1$ maka terjadi *decreasing return to scale*, hal ini berarti penambahan faktor produksi dalam proses produksi akan menyebabkan penurunan tambahan hasil.
2. Jika $\beta_1 + \beta_2 + \beta_3 + b_4 + b_5 > 1$ maka terjadi *increasing return to scale*, hal ini berarti penambahan faktor produksi akan meningkatkan tambahan hasil produksi.
3. Jika $\beta_1 + \beta_2 + \beta_3 + b_4 + b_5 = 1$ maka terjadi *constant return to scale*, hal ini berarti penambahan faktor produksi proporsional dengan penambahan hasil produksi.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah hubungan yang didapat dan dinyatakan dalam bentuk persamaan matematika yang menyatakan hubungan fungsional antar variabel-variabel (Sudjana, 2005).

Dalam mengkaji hubungan antara beberapa variabel menggunakan analisis regresi, terlebih dahulu peneliti menentukan satu variabel yang disebut dengan variabel tidak bebas dan satu atau lebih variabel bebas. Jika ingin dikaji hubungan atau pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, maka model regresi yang digunakan adalah model regresi linier sederhana. Kemudian Jika ingin dikaji hubungan atau pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, maka model regresi yang digunakan adalah model regresi linier berganda (*multiple linear regression model*). Kemudian untuk mendapatkan model regresi linier sederhana maupun model regresi linier berganda dapat diperoleh dengan melakukan estimasi terhadap parameter-parameternya menggunakan metode tertentu (Sudjana, 2005).

Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (ya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen (faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi dapat dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono,



Persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	= Manajemen Laba
α	= Koefisien konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien regresi
X_1	= Good Corporate Governance
X_2	= Earning Power
ε	= Error, variabel gangguan

E. Pemasaran

1. Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan proses manajerial dan sosial yang didalamnya individu serta kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Kegunaan yang diciptakan oleh kegiatan pemasaran adalah kegunaan tempat, kegunaan waktu, dan kegunaan kepemilikan. Kegunaan tempat artinya barang atau jasa yang diperjual belikan memiliki manfaat atau nilai harga yang lebih besar setelah terjadi perubahan waktu. Pemasaran merupakan tindakan atau kegiatan yang berhubungan dengan pergerakan barang atau jasa dari produsen ke konsumen (Marjudo, 2015).

Kemudian pengertian pemasaran yang dikemukakan oleh Firdaus (2008) menyatakan bahwa Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusaha tani dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Untuk mendapatkan laba dan untuk berkembang. Berhasil tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahliannya di bidang pemasaran, produksi, keuangan dan sumber daya manusia.

Pemasaran produk merupakan salah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapat perhatian yang lebih karena merupakan kunci dalam pengembangan usaha (Triyanti and Shafitri 2017).

2. Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran

a. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan tujuan untuk menggerakkan barang dari produsen ke

Yang termasuk dalam lembaga pemasaran adalah golongan produsen penghasil produk, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa (Sudiyono,



Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Lembaga pemasaran sangat beragam tergantung jenis produk yang dipasarkan. Beberapa contoh lembaga pemasaran adalah sebagai berikut: produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar, agen penjualan, pengecer, broker, eksportir serta importir. Pola-pola pemasaran yang terbentuk selama pergerakan arus komoditas pertanian dari petani produsen ke konsumen akhir disebut sistem pemasaran (Sudiyono, 2004).

Lembaga pendukung pengembangan agribisnis nasional sangat penting untuk menciptakan agribisnis Indonesia yang tangguh dan kompetitif. Lembaga-lembaga pendukung tersebut sangat menentukan dalam upaya menjamin terciptanya integritas agribisnis Indonesia. Adapun lembaga yang dimaksud, diantaranya : 1) pemerintah, 2) lembaga pembiayaan, 3) lembaga pemasaran dan distribusi, 4) koperasi, 5) lembaga pendidikan formal dan informal, 6) lembaga penyuluhan pertanian dan lapangan, 7) lembaga penjamin dan penanggungan resiko (Soekartawi, 2002).

b. Saluran Pemasaran

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983), panjang pendeknya saluran tataniaga yang dilalui oleh suatu hasil perikanan tergantung pada beberapa faktor, antara lain :

1.) Jarak antara produsen dan konsumen

Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasaya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk.

2.) Cepat tidaknya produk rusak

Produk yang cepat rusak harus segera diterima oleh konsumen, dengan demikian dalam pemasarannya harus cepat.

3.) Skala Produksi

Bila produksinya berlangsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil pula. Hal ini tidak menguntungkan jika produsen langsung menjualnya ke pasar.

4.) Posisi keuangan pengusaha

Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran. Beberapa golongan pedagang perantara yang terlibat dalam pemasaran hasil perikanan rakyat Indonesia yaitu :

a.) Tengkulak desa

Yaitu lembaga pemasaran yang aktif membeli ikan dari produsen (nelayan, pembudidaya ikan dan pengolah hasil perikanan) dengan mendatangi unit-unit usaha yang menjual ikan di warung atau di rumahnya dimana produsen menjual ikan. Selain itu, pedagang pengumpul di pasar local



Yaitu lembaga pemasaran yang membeli barang terutama dari tengkulak desa dan barang-barang dari produsen di pasar lokal.

c.) Pedagang besar (grosir)

Yaitu lembaga pemasaran yang aktif di pasar-pasar pusat di kota-kota besar dan menerima barang terutama dari pengumpul pasar local dan juga dari tengkulak desa.

d.) Agen

Yaitu lembaga pemasaran yang aktif membeli ikan di unit-unit usaha dan untuk pedagang besar (eksportir, pengusaha *cold storage*) tertentu.

e.) Pedagang eceran

Pada daerah konsumen, yaitu lembaga pemasaran yang membeli barang dari grosir, kemudian menjualnya kepada konsumen di pasar-pasar eceran atau dengan cara menjajakan ke kampung-kampung untuk daerah produksi, pedagang ini biasanya membeli barang dari produsen atau pasar lokal, kemudian menjualnya ke kampung-kampung.

Sama halnya dalam penyaluran barang lembaga-lembaga yang terlibat adalah produsen, perantara dan konsumen akhir, saluran pemasaran dapat berbentuk rantai pendek dan rantai panjang, tergantung dari sifat dan jenis barang yang dipasarkan. Bentuk saluran pemasaran atau distribusi dapat dibedakan atas (Basuswasta, 2004) :

1. Saluran langsung

a. Produsen - Konsumen

2. Saluran tidak langsung

a. Produsen - Pengecer - Konsumen

b. Produsen - Pedagang besar/menengah - Pengecer - Konsumen

c. Produsen - Pedagang besar - Pedagang menengah – Pengecer - Konsumen

Peranan mata rantai saluran pemasaran umumnya lebih ditekankan pada kegiatan pemilihan dan penguasaan masing-masing lembaga penyaluran tersebut. permasalahan yang diutamakan adalah kelancaran penyampaian dan pemindahan barang serta hak milik atas penguasaan produk tersebut mulai dari pedagang besar, pedagang menengah sampai akhirnya ketangan konsumen. Jadi saluran pemasaran menyangkut aliran produk dan hak milik atau penguasaan atas produk tersebut.

3. Margin, Biaya, dan Keuntungan Pemasaran

Pemasaran

urut Zulkifli (2002) margin pemasaran atau tataniaga pemasaran adalah harga yang dibayar konsumen akhir untuk suatu produk dan harga yang diterima produsen untuk produk yang sama (rupiah/kilogram). Margin pemasaran



termasuk semua ongkos yang menggerakkan produk tersebut mulai dipintu gerbang petani sampai ketangan konsumen akhir. Dan menurut Sudiyono (2002) margin dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu : Pertama, margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Kedua, margin pemasaran merupakan biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa pemasaran.

Berdasar pendapat di atas margin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani/produsen atau penjumlahan semua biaya pemasaran yang harus dikeluarkan selama proses penyaluran suatu barang dari produsen kepada konsumen, disamping keuntungan yang diperoleh dari komoditi yang diusahakan.

Secara matematis besarnya angka margin pemasaran dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut (Abdullah, 2017) :

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p : Margin Pemasaran

P_r : Harga di tingkat konsumen (Rp)

P_f : Harga di tingkat produsen (Rp)

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran sering diukur dengan margin pemasaran, yang sebenarnya hanya menunjukkan bagian dari pembayaran konsumen yang diperlukan untuk menutup biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran. Kecenderungan menunjukkan bahwa bagian yang tersisa bagi pengusaha tani akibat adanya pertambahan yang mahal kepada produk tersebut adalah semakin kecil (Firdaus, 2008).

Biaya pemasaran suatu barang niaga terdiri dari jumlah pengeluaran produsen, jumlah pengeluaran pedagang, dan laba (*profit*) yang diterima masing-masing lembaga bersangkutan. Biaya pemasaran suatu jenis barang biasanya diukur secara kasar dengan margin.

c. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisi antara harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dan harga yang dibayarkan pembeli terakhir (*margin*) setelah dikurangi biaya pemasaran (Soekartawi, 2002).

Keuntungan pemasaran adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha yang memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Dapat disimpulkan bahwa keuntungan pemasaran dimaksud dengan laba sejauh mana suatu perusahaan memperoleh



pendapatan dari kegiatan penjualan sebagai selisih dari keseluruhan usaha yang didalam usaha itu terdapat biaya yang dikeluarkan untuk proses penjualan selama periode tertentu. Keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya. Biaya ini dalam banyak kenyataan, dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (seperti pembelian alat) dan biaya tidak tetap (seperti biaya transportasi, upah tenaga kerja).

4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan tujuan akhir dari sistem pemasaran ikan. Pengukuran efisiensi dapat dilakukan melalui konsep persaingan yang menghendaki penetapan kriteria meliputi aspek struktur pasar, perilaku dan penampilan pasar. Struktur pasar dan perilaku pasar akan menentukan keragaman pasar yang dapat diukur melalui perubahan harga, biaya dan margin pemasaran serta jumlah komoditas yang diperdagangkan (Hanafiah dan Saefuddin, 1983).

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran, maka digunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan dengan angka-angka atau rumus sebagai berikut (Soekawati, 2002):

$$Eps = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk Yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

Semakin < nilai Ep yang diperoleh berarti semakin efisien rantai pemasaran tersebut (<1 : Efisien, >1 : tidak Efisien).

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian Andi Mutammimah (2016) yang berjudul "Analisis System Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*) Di Desa Pallime Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone" menunjukkan bahwa terdapat perbedaan margin, dan efisiensi pemasaran yang diterima pada setiap lembaga saluran pemasaran berdasarkan kategori kepiting bakau. Margin pemasaran tertinggi antara saluran I (produsen-pedagang pengumpul-pedagang besar-eksportir) dan saluran II (produsen-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen local) adalah eksportir sebesar Rp. 83.000 untuk kepiting bakau jantan >3 ons dan Rp. 63.000 untuk kepiting bakau jantan >2 ons. Lembaga pemasaran yang paling efisien antara saluran I dan saluran II adalah pedagang besar, dimana pada saluran I sebesar 0, 24 % untuk kepiting bakau jantan >3 ons dan 0, 29% untuk kepiting bakau jantan >2 ons. Saluran II sebesar 0, 27 % untuk kepiting bakau jantan <2 ons/cacat, 1, 31% untuk kepiting bakau jantan >2 ons, dan 1, 07% untuk kepiting bakau betina (petelur) <2 ons/cacat (Mutammimah, 2016).



Hasil penelitian Seniwati (2012) yang berjudul “Analisis Usaha Budidaya Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*.) di Desa Cakkeware Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone” menunjukkan bahwa rata-rata total produksi usaha budidaya kepiting bakau di Desa Cekkaware yang memiliki luas lahan 2 ha adalah sebesar 1.405 kg dan yang memiliki luas lahan 2 ha adalah sebesar 575 kg. Serta rata-rata total budidaya yang dikeluarkan oleh pembudidaya kepiting bakau yang memiliki luas lahan 2 ha adalah sebesar Rp. 16.545.455 dan yang memiliki luas lahan 3 ha adalah sebesar Rp. 23.213.625. berdasarkan hal tersebut maka usaha budidaya kepiting bakau di desa Cakkeware sudah mampu memberikan keuntungan untuk luas lahan 2 ha sebesar Rp. 19. 760.000 dan lahan 3 ha sebesar Rp. 17.406.375 (Seniwati, 2012).

Hasil penelitian Muh. Hairul Haj (2019) yang berjudul “Analisis Produksi dan Model Pemasaran Ikan Betutu (*Oxyeleotris marmorata*) di Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar”. Margin pemasaran tertinggi terdapat di saluran pemasaran 2 (Nelayan-Pengumpul-eksportir-Distributor-Konsumen Akhir (Perusahaan Obat Herbal), Nelayan-Pengumpul-Eksportir-Distributor0Konsumen Akhir (Restoran)) pada lembaga pemasaran eksportir yaitu sebesar Rp.130.000,- dan margin pemasaran terendah terdapat di saluran pemasaran 2 pada lembaga pemasaran distributor sebesar Rp. 10.000,-. Biaya pemasaran tertinggi yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran terdapat di saluran pemasaran 2 pada lembaga pemasaran eksportir yaitu sebesar Rp.70.000,- dan biaya pemasaran terendah terdapat di saluran pemasaran 2 pada lembaga pemasaran distributor sebesar Rp. 6.000,-, serta tingkat efesiensi pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran 2 yaitu 0.027% (Hairul, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa besarnya penerimaan dan besarnya biaya yang dikeluarkan menunjukkan besarnya efisiensi dari pengelolaan budidaya tersebut. Berpedoman dari ketiga hasil penelitian tersebut, peneliti mencoba untuk menerapkan pada budidaya kepiting bakau yang ada di Desa Pallime kecamatan Cenrana Kabupaten Bone guna menganalisis produksi dan pemasarannya.

G. Kerangka Pikir

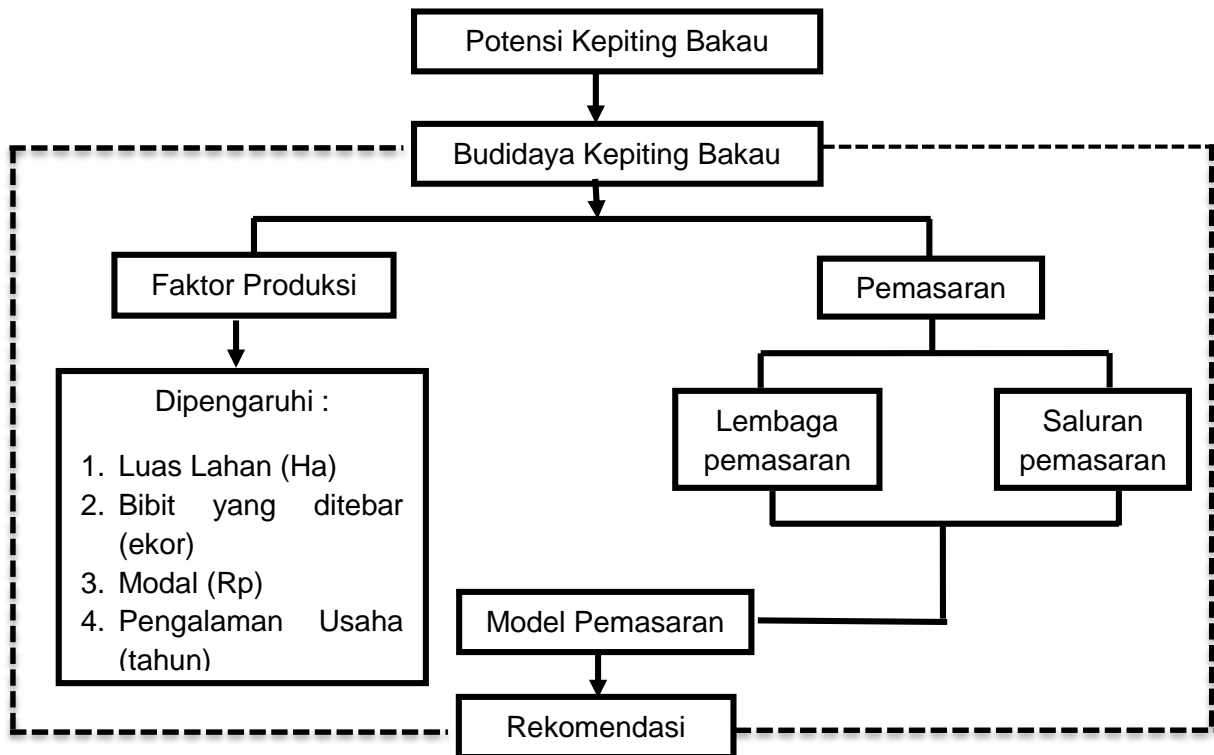
Sumberdaya perikanan merupakan salah satu sumberdaya yang perlu dikembangkan dan dijaga dengan baik sehingga dapat memberikan manfaat yang besar kepada masyarakat terutama dalam peningkatan kesejahteraan. Salah satu potensi budidaya adalah kepiting bakau.

biditas yang cukup menarik untuk diteliti sesuai dengan jumlah produksi dan pemasarannya ialah kepiting bakau yang ada di Kabupaten Bone. bakau merupakan salah satu hasil perikanan ekonomis penting yang



dikonsumsi sebagai sumber makanan hewani yang berkualitas dan dijadikan komoditas ekspor, sehingga kepiting bakau ditempatkan sebagai jenis makanan laut eksklusif dengan harga yang cukup mahal. . Produksi yang tinggi merupakan salah satu tujuan dalam budidaya kepiting bakau sehingga dapat meningkatkan pendapatan pembudidaya. Pada analisis ini mengkaji penggunaan faktor produksi budidaya kepiting bakau. Budidaya kepiting bakau membutuhkan beberapa faktor produksi diantaranya : luas lahan, bibit yang ditebar, modal, dan pengalaman kerja dengan demikian akan diperoleh hasil produksi.

Proses pemasaran kepiting bakau tentunya tidak lepas dari keterlibatan antar lembaga pemasaran yang ada didalamnya dari produsen sampai ke tangan konsumen. Dari proses tersebut dapat diketahui berapa besar margin dan efisiensi pemasaran yang diperoleh setiap lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran kepiting bakau tersebut. Daya dukung pasar dan infrastruktur pun harus menjadi syarat utama sebab akan menentukan kelanjutan produksi kepiting bakau di Desa Pallime Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone.



Gambar 4. Skema Kerangka Pikir Penelitian

