

PERANAN KOLEKTOR DALAM MENSUPLAI PENGADAAN  
BAHAN BAKU UDANG LOBSTER DI BEBERAPA  
PERUSAHAAN PERIKANAN  
DI UJUNG PANDANG

SKRIPSI



OLEH

ARNOLD JOHAN  
87 06 188

PUSHTAKAN PERIT DUN. HASANUDDIN	
Tgl. terima	14-06-95
Asal dari	-
Isipatnya	1 (satu) exp
harga	Hadiah
No. Inventaris	95 16 06 253
No. Kas	

FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERIKANAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
UJUNG PANDANG

1994

## RINGKASAN

Arnold Johan. Peranan Kolektor Dalam Mensuplay pengadaan Bahan baku Udang Lobster di Beberapa Perusahaan Perikanan di Ujung Pandang. Di bawah Bimbingan H.M. Natsir Nessa sebagai ketua, Mardiana E. Fachry dan Djumran Yusuf sebagai anggota.

Penelitian ini dilakukan di PT. Indosari dan CV. Rudiana Ujung Pandang, mulai pada bulan Mei 1993 sampai Juli 1993.

Adanya persaingan di antara perusahaan-perusahaan pengeksport udang lobster di Ujung Pandang melatar belakangi penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peranan kolektor sebagai pedagang pengumpul dalam hal pengadaan bahan baku udang lobster untuk kebutuhan ekspor di perusahaan CV. Rudiana dan PT. Indosari Ujung Pandang.

Penelitian ini merupakan suatu studi kasus tentang peranan kolektor pada perusahaan tersebut selama periode 1992.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peranan kolektor cukup besar dalam mensuplay bahan baku udang lobsternya ke perusahaan. Untuk periode 1992 pemasokan udang lobsternya pada CV. Rudiana sebesar 45.25 kg dari jumlah tersebut sebesar 27,710 atau 61,24 % berasal dari kolektor sedang sisanya sebesar 17.535 kg atau 38,76% berasal dari non kolektor sedang pada PT. Indosari

pemasokan udang Lobster sebesar 42.417 kg dari jumlah tersebut sebesar 25,300 kg atau 59,65 % berasal dari kolektor 40,35 % berasal dari non kolektor.

Dengan melihat perbedaan jumlah bahan baku yang dimasukkan oleh kolektor dan non kolektor baik pada CV. Rudiana maupun PT. Indosari maka terlihat bahwa pengadaan bahan baku oleh kolektor lebih besar di banding non kolektor yaitu rata-rata 60,45 % berasal dari kolektor dan 39,55 % berasal dari non kolektor.

PERANAN KOLEKTOR DALAM MENSUPPLAI PENGADAAN  
BAHAN BAKU UDANG LOBSTER DI BEBERAPA  
PERUSAHAAN PERIKANAN  
DI UJUNG PANDANG

*O l e h*

ARNOLD JOHAN

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memproleh Gelar Sarjana  
pada  
Fakultas Peternakan dan Perikanan  
Universitas Hasanuddin

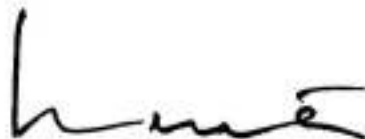
JURUSAN SOSEK PERIKANAN  
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERIKANAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
UJUNG PANDANG

1994

Judul Laporan : Peranan Kolektor Dalam Mensuplai  
Pengadaan Bahan Baku Udang Lobster  
Dibeberapa Perusahaan Perikanan ..  
Di Ujung Pandang ..  
N a m a : Arnold Johan  
Nomor Pokok : 87 06 188

Skripsi Telah Diperiksa

Dan Disetujui Oleh :



Prof. Dr. Ir. H.M. Natsir Nessa, MS  
Pembimbing Utama



Ir. H. Mardiana E Fachri  
Pembimbing Anggota



Ir. Diumran Yusuf  
Pembimbing Anggota

Diketahui Oleh :



Dr. Ir. H. Abd. Rahman Laidding, M.Sc Dr. Muchsin Rahim SE.M.Sc  
D e k a n Ketua Jurusan

Tanggal Lulus : 23 - Agustus 1994

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya yang dilimpahkan kepada Penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Tulisan ini merupakan laporan penelitian, skripsi dalam Bidang Studi Sosial Ekonomi Perikanan, yang telah penulis laksanakan di perairan pantai Selat Makassar, Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilakukan bersama seorang mahasiswa lain yang mengambil lokasi penelitian yang sama dengan bidang penelitian yang berbeda.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Prof.Dr.Ir.H.M.Natsir Nessa,MS Ibu Ir.Ny. Mardiana E. Fachry, Bapak Ir. Jumran Yusuf, yang telah berkenan memberikan bimbingan kepada penulis. Dan tak tertinggal kepada Ayahbunda yang tercinta atas Segala pengorbanan dan jerih payah yang telah AyahBunda tercinta berikan, penulis hanya dapat membalas dengan ucapan terima kasih yang tulus dan mendalam.

Penulis masih menyadari dengan keterbatasan pengetahuan yang ada, sehingga menjadikan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis akan

menerima dengan lapang dada jika adanya saran dan kritikan untuk memperbaiki skripsi ini.

Akhirnya penulis sangat berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat adanya.

Ujung Pandang, Juli 1974

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN .....	i
RINGKASAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang .....	1
Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	3
Perumusan Masalah .....	3
Hipotesis .....	4
TINJAUAN PUSTAKA .....	5
METODE PENELITIAN .....	12
Tempat dan Waktu Penelitian .....	12
Metode Penelitian .....	12
Analisa Data .....	13
Konsep Operasional .....	13
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	15
Keadaan Umum Perusahaan .....	15
Klasifikasi Kolektor .....	18
Syarat-Syarat Kolektor .....	19
Mekanisme pembelian bahan baku oleh kolektor .....	24
Peranan kolektor dalam Mensuplay Pengadaan Bahan Baku Udang Lobster di CV. Rudiana dan PT. Indosari .....	30



KESIMPULAN DAN SARAN .....	40
Kesimpulan .....	40
Saran .....	40
DAFTAR PUSTAKA .....	41
LAMPIRAN .....	43
RIWAYAT HIDUP .....	46

## DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Klasifikasi dan jumlah Kolektor di CV. Rudiana dan PT. Indosari, 1992 .....	19
2.	Harga Penjualan Udang Lobster oleh Petani Nelayan di CV. Rudiana dan PT. Indosari, 1992 .....	27
3.	Harga pembelian udang lobster di CV. Rudiana dan PT.Indosari Ujung Pandang tahun 1992 .....	29
4.	Harga penjualan udang lobster di CV.Rudiana dan PT. Indosari Ujung Pandang tahun 1992 .....	29
5.	Daftar pemasukkan udang lobster dari kolektor maupun dari non kolektor di CV. Rudiana Ujung Pandang tahun 1992 .....	31
6.	Daftar Pemasukan udang lobster dari kolektor maupun dari Non Kolektor di PT. Indosari Ujung Pandang tahun 1992 .....	32
7.	Peranan Kolektor dan Non Kolektor dalam Mensuplay Pengadaan Bahan Baku Udang Lobster, 1992 .....	34
8.	Jumlah udang lobster yang dimasukkan oleh kolektor dan non kolektor selama penelitian pada CV.Rudiana' bulan Mei - Juni 1993 .....	35
9.	Jumlah Udang Lobster yang dimasukkan oleh Kolektor dan Non Kolektor selama penelitian pada PT. Indosari Periode Mei - Juni 1993 .....	36
10.	Jumlah eksport udang lobster di CV. Rudiana Ujung Pandang Periode 1992 .....	37
11.	Jumlah eksport udang lobster di PT. Indosari Ujung Pandang periode 1992 .....	

## Lampiran

Nomor		Halaman
1.	Deskripsi kolektor Kolektor dan Non Kolektor CV. Rudiana .....	43
2.	Deskripsi Kolektor dan Non Kolektor di PT. Indosari .....	44
3.	Peta Lokasi Penelitian dan Peta Propinsi Sulawesi Selatan .....	45

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Industri perikanan dewasa ini memegang peranan yang cukup penting dalam memenuhi permintaan pasar terhadap komoditi hasil perikanan. Salah satu modal dasar yang mendukung pencapaian sasaran pembangunan sektor perikanan, khususnya di Sulawesi Selatan adalah berasal dari sumber daya perikanan laut yaitu sebesar 620.480 ton / tahun, terdiri dari sumber perikanan demersal sebesar 144.640 ton dan sumber perikanan pelagis sebesar 375.840 ton ( Arisetyo, S 1992 dalam Manggabarani, 1990).

Jika dilihat data pertumbuhan penduduk yang semakin besar, menyebabkan kebutuhan manusia akan pangan terus meningkat pula. Sejalan dengan hal tersebut maka pengelolaan sumber daya alam akan lebih efektif diarahkan ke laut, terutama pada usaha perikanan pantai dan karang. Salah satu sumberdaya hayati laut yang cukup potensial, baik dalam usaha penganeka ragam bahan pangan maupun dalam upaya peningkatan taraf ekonomi nelayan kecil adalah udang karang (Lobster).

Seperti diketahui udang lobster mempunyai arti komersial dan nilai ekonomi yang cukup tinggi apabila dibandingkan dengan komoditi budidaya perairan lainnya, sehingga peluang ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya, untuk memenuhi permintaan pasaran dunia sekaligus sebagai pe-

nunjang peningkatan devisa negara serta juga mampu membuka lapangan kerja yang mendorong terlaksananya penggunaan dan pemanfaatan lahan secara terarah dan berdaya guna.

Untuk menjamin ketersediaan bahan baku udang lobster dalam memenuhi permintaan pasaran dunia secara kontinu maka dibutuhkan lembaga tata niaga yang dapat menyediakan jasa penyaluran produksi, yang merupakan penghubung antara pihak perusahaan dengan petani nelayan (produsen) di sentra-sentra produksi. Disamping itu pula tidak semua petani (produsen) mempunyai kemampuan untuk memasarkan langsung hasil produksinya ke konsumen dalam hal ini pihak perusahaan. Hal ini disebabkan adanya kesulitan alat angkut, skala produksi yang relatif kecil serta kurangnya fasilitas dan pengetahuan yang diperlukan untuk berbagai perlakuan seperti penanganan, pengolahan maupun tindakan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran.

Adanya sifat cepat membusuk dari bahan baku (lobster) disatu pihak dan kondisi iklim tropis wilayah Indonesia di pihak lain menghendaki sistem pemasaran rantai dingin, apabila dikehendaki peningkatan produksi serta terjaminnya mutu bahan baku (lobster). Hal ini berarti bahwa komoditi tersebut membutuhkan biaya yang tinggi dibandingkan dengan komoditi yang tidak cepat membusuk. Hal ini merupakan pertimbangan bagi pihak petani untuk melakukan pemasaran sendiri.

Berdasarkan pada kenyataan tersebut maka penulis bermaksud melakukan penelitian tentang bagaimana peranan suatu lembaga tata niaga seperti kolektor dalam mensuplai bahan baku udang lobster pada kebutuhan ekspor di beberapa perusahaan perikanan.

### Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peranan kolektor sebagai pedagang pengumpul dalam hal pengadaan bahan baku udang lobster untuk kebutuhan ekspor di beberapa perusahaan perikanan.

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan informasi dalam usaha pengembangan ekspor komoditi perikanan, khususnya udang lobster di Sulawesi Selatan, disamping juga sebagai bahan informasi dalam rangka penelitian-penelitian selanjutnya.

### Perumusan Masalah

Industri pengolahan hasil-hasil perikanan membutuhkan ketersediaan bahan baku secara kontinu dengan memanfaatkan lembaga tata niaga secara efisien. Sehingga diperlukan keterikatan antara industri pengolahan dengan lembaga tata niaga yang digunakan.

Untuk menjamin ketersediaan bahan baku udang lobster, menuntut adanya kelancaran hubungan antara sentra-sentra

produksi dan lembaga tata niaga yang terkait yaitu nelayan, kolektor dan pihak perusahaan itu sendiri.

Adapun permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

Seberapa besar peranan kolektor dalam pengadaan bahan baku udang lobster secara kontinu dalam waktu dan jumlah tertentu di suatu perusahaan.

#### Hipotesis

Kolektor berperan cukup besar dalam kegiatan pengadaan bahan baku lobster diperusahaan yang diteliti.

## TINJAUAN PUSTAKA

Tujuan pembangunan perikanan di negara kita adalah untuk meningkatkan kesejahteraan petani pemelihara ikan dan nelayan dengan cara meningkatkan produksi hasil perikanan secara kualitatif maupun kuantitatif dalam memenuhi kebutuhan dalam negeri, disamping untuk meningkatkan ekspor serta memperluas lapangan kerja (Anonim, 1983).

Menurut Encarnation (1982) bahwa sampai saat ini udang tetap merupakan primadona hasil-hasil perikanan, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara-negara lain yang ada di Asia seperti Filipina, Taiwan dan Jepang. Komoditas tersebut merupakan sumber daya yang dapat diperbaharui (renewable resources) sehingga mempunyai prospek yang cerah untuk dikembangkan baik dalam usaha penangkapannya maupun dalam meningkatkan ekspor non migas.

Dalam sistem pemasaran produk perikanan, pedagang perantara menghubungkan pihak produsen dengan pihak konsumen. Umumnya petani menjual hasil produksinya pada pedagang perantara karena kecilnya skala produksi, kurangnya fasilitas, jarak dan pengetahuan petani kurang memadai sehingga kurang efisien untuk memasarkan sendiri (Mubyarto, 1983).

Seperti halnya produk perikanan lainnya, udang mempunyai sifat cepat busuk (perishable), maka marketing approach yang telah ditetapkan pemerintah dipandang sebagai



kebijaksanaan yang tepat untuk mencapai tujuan peningkatan produksi dalam mengembangkan pemasaran dengan sistem rantai dingin (cool chain system). Sistem rantai dingin besar artinya dalam usaha pengadaan dan pemantapan suplay produk dalam keadaan segar terutama bagi produk perikanan yang di ekspor (Hanafiah dan Saefuddin 1983). Lebih jauh dijelaskan pula bahwa ciri-ciri produk perikanan adalah sebagai berikut : Produksi musiman berlangsung dalam (1) Ukuran kecil-kecil (small scale) dan di daerah terpencar-pencar serta terspesialisasi (2) Komsumsi hasil perikanan berupa bahan makanan yang relatif stabil sepanjang tahun (3) Jumlah atau kualitas hasil perikanan dapat berubah-ubah (4) Barang hasil perikanan berupa bahan makanan yang mempunyai sifat cepat busuk atau mudah rusak (perishable).

Kartasaputra (1986), menyatakan bahwa cara yang paling umum ditempuh oleh produsen dalam menyalurkan produk mereka adalah dengan melalui lembaga pemasaran. Selanjutnya di jelaskan pula bahwa perseorangan, perserikatan atau badan-badan lainnya yang berusaha dalam bidang pemasaran dikenal sebagai pedagang perantara. Sedangkan pedagang pengumpul adalah mereka yang aktif membeli dan mengumpulkan barang dari produsen dalam hal ini nelayan atau petani ikan di daerah produksi dan menjualnya kepada pedagang perantara berikutnya dan jarang menjual kekonsumen akhir.

Menurut Hadikoesworo (1986) bahwa nelayan dan petani tambak menggunakan lembaga pemasaran yang berbeda-beda

Adapun cara yang umum dilakukan oleh pihak produsen dalam menyalurkan produk mereka ke pihak konsumen adalah dengan melalui lembaga pemasaran.

Salah satu lembaga yang dimaksud adalah kolektor yaitu pedagang dengan izin penunjukan dari perusahaan dalam mengadakan pembelian bahan baku di sentra-sentra produksi.

Setiap kegiatan fungsi pemasaran membutuhkan biaya yang secara keseluruhan akan merupakan biaya yang tidak sedikit jumlahnya. Keadaan yang demikian ini jelas oleh pihak lembaga pemasaran akan dibebankan kepada pihak produsen atau konsumen, misalnya dengan menaikkan harga persatuan pada konsumen akhir atau menekan harga ditingkat produsen. Dengan demikian perlu diusahakan efisiensi dan kegiatan pemasaran dengan cara mengurangi biaya pemasaran tersebut (Hanafi dan Saefuddin, 1983).

Lebih lanjut dinyatakan bahwa pemasaran hasil merupakan segi yang amat penting bagi setiap perusahaan. Pemasaran mencakup segala kegiatan yang bertujuan menyalurkan barang dari produsen ke tangan konsumen, termasuk penentuan struktur organisasi pemasaran, melakukan riset pasar, menentukan harga, memilih saluran distribusi, melaksanakan promosi.

Asri (1986) menyatakan bahwa pemasaran adalah usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Lebih lanjut dinyatakan bahwa umumnya sebagai kodrat manusia pembeli menghendaki barang berkualitas tinggi di satu pihak dengan harga yang murah di pihak lain. Tentu saja sulit untuk memenuhi keduanya karena bertentangan. Disinilah pemasaran berperan, sehingga memungkinkan pembeli-pembeli membuat pilihan persyaratan mana yang lebih diutamakan yang nantinya akan dipenuhi oleh penjual.

Langkah kedua dalam menyusun rencana pemasaran adalah menentukan perkiraan jumlah penjualan hasil produksi di masa mendatang. Perkiraan jumlah penjualanyang disusun secara baik akan merupakan titik tolak yang baik pula dalam menyusun anggaran penjualan dan anggaran pemasaran.

Downey dan Erickson (1989) menyatakan bahwa telaah terhadap aliran produk secara fisis dan ekonomis dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen di sebut sebagai pemasaran. Selanjutnya dikatakan bahwa mulanya pemasaran dianggap sebagai "usaha penjualan atas apa yang dimiliki " akan tetapi pemasaran dewasa ini berfokus pada usaha pemilikan atas apa yang dapat dijual. Dengan demikian setiap program pemasaran harus diawali dengan identifikasi atas kebutuhan pelanggan. Pemasaran harus

berorientasi pada pelanggan, bukan pada produk dan perusahaan yang mengabaikan perspektif ini biasanya menghadapi kesulitan besar.

Sementara menurut Kotler (1987) pemasaran adalah suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dengan nilai individu dan kelompok lainnya.

Selanjutnya dikatakan bahwa pemasaran terdiri dari kegiatan yang dilakukan untuk membangkitkan suatu tanggapan yang diharapkan dari sekelompok sasaran terhadap sejumlahobyek. Untuk mempengaruhi keberhasilan jual beli, pemasar harus menganalisa apa yang diharapkan oleh masing-masing pihak untuk diberikan dan diterima.

Mubyarto (1984) menyatakan bahwa tata niaga diartikan sebagai pemasaran atau distribusi dimana suatukegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Selanjutnya dikatakan bahwa sistem pemasaran dalam efisiensi apabila memenuhi dua syarat, yaitu : (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari pada keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu.

Mc Carthy (1975) mengatakan bahwa pemasaran atau marketing menyangkut perencanaan secara efisien penggunaan sumber-sumber dan pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga tujuan kedua pihak tercapai. Lebih tegas dikatakan bahwa pemasaran menunjukkan performance kegiatan bisnis yang menyangkut penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen, untuk memuaskan konsumen dan mencapai tujuan produsen.

Meskipun pasar agribisnis terkenal dengan kelabilannya, namun para manajer agribisnis tidak dapat melepaskan tanggung jawabnya dalam memprakira volume penjualan. Prakiraan penjualan hanya menyangkut estimasi penjualan dalam nilai uang dan unit fisis seakurat mungkin untuk suatu periode tertentu dengan melibatkan prakiraan penjualan untuk keseluruhan pasar dan penentuan pangsa pasar yang dapat dikuasai.

Jika suatu perusahaan kehilangan kedudukan pasarnya yang diakibatkan oleh kegagalannya dalam menjawab berbagai perubahan lingkungan, maka menurut Guiltinan (1985), ada 4 langkah yang dapat ditempuh yaitu (1) berjuang lebih giat. Perusahaan bersangkutan sebaiknya menurunkan harga dengan angka lebih kecil dan meningkatkan biaya pengeluaran untuk iklan agar dapat kembali merebut kembali bagian pasar. (2) Mengembangkan lini produk yang lebih baik. Perusahaan

dapat lebih banyak menanamkan modalnya untuk memproduksi barang yang lebih kualitasnya, (3) menekan biaya produksi. Perusahaan dapat membentuk suatu kerja sama dengan perusahaan-perusahaan lain dalam berproduksi. (4) strategi penarikan mundur. Perusahaan dapat memilih dan mengurangi investasi dan mengalihkan modalnya untuk industri-industri yang lebih menguntungkan.



## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu

Penelitian diadakan di Kota Madya Ujung Pandang tepatnya pada dua perusahaan yang mengekspor komoditi hasil - hasil perikanan laut, yaitu : CV. Rudiana dan PT. Indo Sari.

Adapun waktu pelaksanaannya berlangsung selama kurang lebih dua bulan, terhitung mulai dari awal Bulan Mei 1993 sampai dengan awal Bulan Juli 1993.

### Metode Penelitian

#### Teknik Pengambilan Sampel

Metode penelitian yang digunakan adalah study kasus (Study Case) dengan metode penulisan secara deskriptif. Penentuan responden dilaksanakan dengan cara mewawancarai sejumlah kolektor yang memasukkan udang lobsternya ke perusahaan, dengan mengambil semua kolektor yang datang ke perusahaan selama penelitian berlangsung yaitu CV. Rudiana : 21 orang dan PT.Indosari : 17 orang serta juga kepada pimpinan beserta staf dari perusahaan yang bersangkutan. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan responden dengan bantuan daftar pertanyaan atau (kuisisioner), maupun melalui pengamatan langsung di lapangan seperti : Jumlah / minggu, Harga/jenis, Sistem lembaga kerja, dll. Yang dimasukkan ke dalam kolektor.

Sedangkan pengambilan data sekunder yang merupakan data penunjang, meliputi data hasil tangkapan dan produksi udang lobster selama beberapa tahun dilakukan pencatatan pada Kantor Dinas Perikanan dan Kantor Dinas Perdagangan Propensi Sulawesi Selatan.

### Analisa Data

Untuk menganalisa data yang diperoleh dari hasil pengamatan maupun hasil wawancara langsung dari responden, maka akan digunakan sistem tabulasi data yang kemudian dijelaskan secara deskriptif. Adapun besarnya peranan kolektor dinyatakan dalam bentuk prosentase.

### Konsep Operasional

#### 1. Petani Produsen

Adalah petani atau nelayan yang menghasilkan bahan baku udang lobster di perairan Kota Madya Ujung Pandang.

#### 2. Kolektor

##### a. Kolektor Terikat

Adalah pedagang atas izin penunjukan dari perusahaan untuk melakukan pembelian bahan baku di sentra produksi serta memiliki beberapa anggota pembeli di lapangan yang di sebut sub kolektor.

##### b. Kolektor Tidak Terikat

Adalah pedagang atas kemauan sendiri untuk melakukan pembelian bahan baku di sentra produksi yang juga memiliki



beberapa anggota pembeli di lapangan (sub kolektor)

### 3. Modal

Adalah salah satu faktor produksi yang digunakan oleh petani nelayan dalam menjalankan usahanya, dimana modal tersebut dapat berupa uang atau benda seperti alat tangkap perahu dan sebagainya.

### 4. Lembaga Pemasaran

Adalah orang, badan atau perusahaan yang terlibat di dalam penyaluran bahan baku (udang lobster) dari petani atau nelayan sampai ke pihak perusahaan

### 5. Peranan Kolektor

Kemampuan kolektor dalam melakukan kewajiban memenuhi, menyediakan dan mengumpulkan bahan baku udang lobster.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keadaan Umum Perusahaan

Kedua perusahaan yang menjadi obyek penelitian adalah merupakan perusahaan pengeksport hasil perikanan. Hasil perikanan yang dieksport adalah berbagai jenis hasil laut yang bernilai ekonomis tinggi diantaranya adalah udang lobster, udang kipas, ikan kerapu dan lain-lain. Kedua perusahaan ini sebelum memasarkan komoditinya, mereka membeli/mengumpulkan dari kolektor atau petani nelayan untuk kemudian disimpan (dieskan/dikarantina). Dalam memasarkan hasil perikanan tersebut biasanya dikemas dengan dua kriteria yaitu dalam keadaan hidup dan segar.

#### CV Rudiana

Pada mulanya perusahaan ini adalah perusahaan agrobisnis yang didirikan pada tahun 1981. Kegiatan perusahaan adalah membeli hasil-hasil kebun dari berbagai daerah di Sulawesi Selatan. Tetapi kemudian perusahaan ini mengembangkan usaha dengan memasarkan bukan hanya hasil kebun melainkan juga hasil laut yang ekonomis penting, seperti ikan Cakalang ikan Ekor kuning, Kepiting, Udang barong, Udang kipas dan lain-lain.

Pada tahun 1990 perusahaan ini mulai mengeksport ikan kerapu di daerah Sulawesi selatan ini lebih dikenal dengan ikan Sunu (*Epinephelus sp*).

Untuk lancarnya operasi kegiatan maka perusahaan ini menyediakan beberapa fasilitas yang mendukung dan sangat dibutuhkan dalam menjalankan roda kegiatan perusahaan.

Fasilitas-fasilitas tersebut berupa kolam-kolam, karantina ikan dan lobster baik di Ujung pandang sebagai pusatkegiatan, maupun di daerah yang merupakan sumber bahan bakunya. Selain itu terdapat kotak-kotak penyimpanan ikan segar yaitu berupa kotak/peti yang didalamnya berlapisan seng, kotak ini berukuran bermacam-macam sesuai kebutuhan.

Fasilitas lain berupa sejumlah alat transportasi yang memudahkan dalam pemindahan komoditi ke pusat kegiatan, gudang tempatpenyimpanan berbagai peralatanproduksi, sejumlah mesin penggiling es dan timbangan.

#### a. Listrik

Fasilitas listrik bersumber dari PLN. CV Rudiana menggunakan fasilitas listrik disamping sebagai fungsi penerangan juga berfungsi dalam mengaktifkan kerja aerator dan sirkulasi air pada kolam/karantina lobster.

Selain itu, freser juga menggunakan fasilitas ini. freser berfungsi dalam menyediakan es batu dalam pengiriman lobster. Sedangkan untuk kebutuhan komoditi lainnya perusahaan ini membeli es batu dari pabrik es setempat.

#### b. Air bersih

Air bersih terutama untuk membersihkan ikan pada saat penerimaan. Fasilitas ini didapatkan dari perusahaan air

minum. Sejumlah unit bangunan seperti ruang kantor, ruang penyimpanan, peralatan dan ruang penerimaan/procesing adalah tempat/ pusat berlangsungnya kegiatan baik administrasi maupun produksi.

Kegiatan kerja diatur langsung oleh pengawas bagian produksi dimana secara keseluruhan proses produksi terdapat proses tahapan pengolahan mulai dari penerimaan bahan baku, dikemas hingga di ekspor.

#### PT Indosari

Perusahaan ini mulai berdiri sejak tahun 1989, mulanya dengan mengekspor lobster dan ikan kerapu. Secara umum perusahaan ini memiliki proses yang hampir sama dengan CV Rudiana terutama dalam hal proses produksi udang lobster.

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan di unit bangunan yang terdiri atas gudang penyimpanan, gudang es, ruang kantor dan ruang procesing.

sumber bahan baku PT Indosari selain berasal dari pulau-pulau di sekitar kota madya Ujung Pandang, juga kadangkala dari daerah-daerah lain seperti dari Bulukumbasan Sinjai.

Dalam penanganan perusahaan dilakukan dengan manajemen keluarga dimana pengawasan dilakukan bukan dengan tenaga profesional melainkan dengan family labour. Tetapi pimpinan tetap selalu memimpin langsung setiap ekspor.

## Klasifikasi Kolektor

Berdasarkan hasil pengamatan baik yang diperoleh dari data primer maupun data-data penunjang lainnya, maka kolektor dalam melaksanakan kegiatan usahanya sebagai agen dari perusahaan dalam mengumpulkan bahan baku di sentra-sentra produksi, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

### 1. Kolektor Terikat dan Kolektor Tidak Terikat

#### a. Kolektor Terikat

Disamping mendapat modal dari perusahaan berupa kapal serta alat tangkap udang lobster, juga berperan dalam membeli serta menampung hasil produksi sesuai standar harga yang berlaku didaerah itu.

#### b. Kolektor tidak Terikat

Pada umumnya kolektor tidak terikat hanya bersifat menjual hasil produksinya ke perusahaan tanpa perlu adanya suatu keharusan untuk memasukkan lobsternya ke suatu perusahaan tertentu sehingga bebas memilih perusahaan mana yang bersedia membeli dengan harga yang lebih tinggi.

Realisasi dari kedua jenis kolektor diatas tidak mengikat dalam suatu perjanjian tertulis, melainkan hanya bersifat percaya mempercayai antara pihak kolektor sebagai produsen dengan pihak perusahaan sebagai konsumen.

Adapun klasifikasi kolektor pada kedua perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Klasifikasi dan Jumlah Kolektor di CV Rudiana dan PT Indosari

NO.	Klasifikasi	Jumlah (Org)	Prosentase
1.	Kolektor Terikat	25	65,79
2.	Kolektor Tidak Terikat	6	15,79
3.	Non Kolektor	7	18,42
	Jumlah	38	100

Dari tabel tersebut diatas, terlihat bahwa sebanyak 25 orang atau 65 % dari responden adalah termasuk kolektor yang terikat, sementara 6 orang atau 15 % dari responden adalah berasal dari kolektor yang tidak terikat. Sedangkan selebihnya yaitu 7 orang responden atau 18 % adalah petani nelayan yang non kolektor. Keadaan menunjukkan bahwa peranan kolektor khususnya kolektor terikat di kedua perusahaan tersebut sangat berperan dalam mensuplai bahan baku udang lobster ke perusahaan.

#### Syarat-Syarat Kolektor

Dalam menjalankan usahanya, pihak perusahaan memerlukan mitra kerja yang dapat dipercaya sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian dan dapat terus menjalankan usaha secara kontinyu. Berdasarkan pada kenyataan tersebut maka seorang kolektor haruslah memiliki kriteria atau syarat sebagai berikut :

1. Setia kepada perusahaan dalam pengadaan bahan baku udang lobster.

Seorang kolektor harus tetap menunjukkan kesetiannya pada perusahaan meskipun pada saat itu terjadi kenaikan harga pada perusahaan lain. Setiap kolektor sebaiknya memberikan informasi kepada pihak perusahaan agar harga yang ada diperusahaan lain dapat dipertimbangkan oleh perusahaan yang lainnya. Biasanya perubahan harga ini disesuaikan dengan harga pasaran luar negeri atau pada negara pengekspor. Disamping itu pula, pengadaan bahan baku udang lobster oleh kolektor harus berjalan secara berkesinambungan dan diusahakan jumlahnya sesuai pada target yang telah ditentukan oleh perusahaan. Adapun jumlah yang harus dimasukkan oleh kolektor ke pihak perusahaan adalah semaksimal mungkin jumlah bahan baku yang ada pada daerah kekuasaan dari kolektor tersebut.

2. Mengenal dan Menguasai Lokasi Bahan Baku (Lobster)

Seorang kolektor akan lebih mudah memperoleh atau melaksanakan tugasnya dengan baik apabila berada atau bertempat tinggal di sekitar daerah bahan baku. Hal ini berkaitan dengan keadaan lokasi dan para petani untuk melakukan transaksi pembelian dan pengambilan keputusan oleh kedua belah pihak pada saat pemasaran dari produksi yang mereka peroleh.

Seorang kolektor diharapkan mampu melakukan pendekatan

dengan para petani, karena hal ini perlu dilakukan mengingat bahwa masyarakat petani pada umumnya memiliki sifat yang selektif dalam hal menjalin kerjasama dengan orang lain. Oleh sebab itu seorang kolektor selain berdomisili di daerah tersebut, juga biasanya menjadi seseorang yang berpengaruh dalam berbagai hal sehingga akan tercipta suatu kerjasama yang berdasarkan rasa saling percaya mempercayai.

3. Mampu Menganalisa Situasi di Daerah Sentra Produksi

Mengingat bahwa pada daerah sentra produksi, terdapat beberapa pembeli yang berasal dari perusahaan lain, maka seorang kolektor harus punya kemampuan dalam menganalisa situasi di sentra produksi tersebut. Keadaan menyangkut masalah harga serta fasilitas-fasilitas yang ada kaitannya dengan bahan baku di sentra produksi maupun hal-hal lain yang dapat mempengaruhi pengadaan bahan baku perlu diinformasikan agar pihak perusahaan dapat mencari jalan keluar bila terjadi suatu masalah.

4. Dipercayai oleh Petani

Berbagai faktor yang tercakup dalam meningkatkan kepercayaan petani produsen terhadap sistem pemasaran yang dijalankan diantaranya adalah (1) para petani produsen mempunyai kesadaran dan pengertian tentang pentingnya jasa - jasa yang diberikan. Seorang kolektor perlu



menanamkan rasa percaya pada petani sehingga dengan demikian efisiensi pemasaran dapat tercapai.

#### 5. Mempunyai Modal

Pada umumnya seorang kolektor adalah orang yang mempunyai modal kuat. Sebelum pihak perusahaan mengangkat menjadi kolektor, terlebih dahulu calon kolektor harus mampu menunjukkan aktivitas kerjanya terutama dalam hal pengadaan bahan baku di perusahaan dalam jumlah yang relatif besar serta terus menerus. Untuk mencapai hal tersebut tentunya kolektor harus memiliki modal untuk membeli bahan baku lobster maupun untuk menyediakan berbagai fasilitas perawatan dan pengangkutan serta tenaga kerja yang digunakan di lapangan.

Jika syarat-syarat tersebut di atas sudah terpenuhi, maka pihak perusahaan menganggap calon kolektor sudah mampu untuk menjalankan usahanya sebagai kolektor resmi pada perusahaan. Untuk menjalin kerjasama dengan keterikatan antara pihak perusahaan dengan kolektor, maka perusahaan memberikan premi yang besarnya berbanding lurus dengan jumlah bahan baku udang lobster yang dimasukkan oleh pihak kolektor.

Adapun bantuan yang diberikan oleh perusahaan ke pada kolektor memperlancar keadaan bahan bakuterbagi atas 3 bagian yaitu :

#### a. Bantuan biaya

Perusahaan memberikan bantuan natural (uang) kepada kolektor jumlah yang diberikan misalnya Rp. 700.000, Rp. 1.000.000.000 dan 1.500.000 berdasarkan kemampuan kolektor dalam pengembalian atas bantuan yang diberikan perusahaan biasanya tidak diminta kembali dalam bentuk tunai ke perusahaan tetapi berdasarkan pada potongan jumlah omset atas kesepakatan bersama.

#### b. Peralatan

Sesuai bantuan biaya, perusahaan juga memberikan fasilitas alat transport yaitu spit boat, peralatan masker penyelam dan tabung. Penggunaan fasilitas ini digunakan selama kolektor masih dalam ikatan kerja sama dengan perusahaan. Jika kolektor memutuskan kerja sama dengan perusahaan maka segala fasilitas akan ditarik oleh perusahaan.

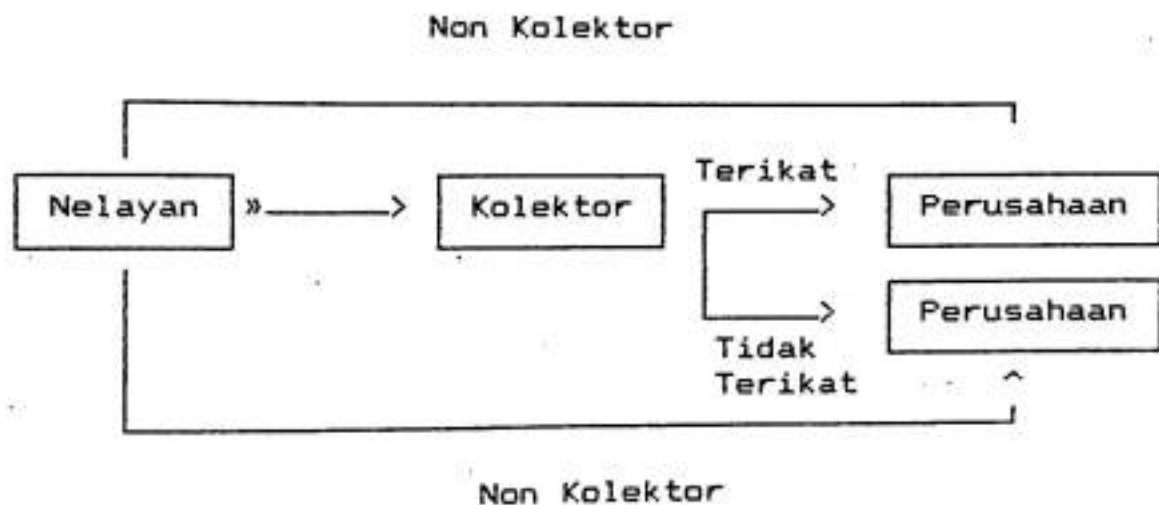
#### c. Rekomendasi

Jenis bantuan ini berupa pernyataan rekomendasi untuk pengambilan kredit pada bank sebagai dana bantuan (biaya) bagi kolektor untuk mengelola usahannya. Perusahaan memberi keterangan sebagai penjamin bagi kolektor dalam proses pengambilan kredit.

## Mekanisme Perolehan Bahan Baku oleh Kolektor


Bahan baku udang lobster yang dimasukkan kolektor ke perusahaan seluruhnya akan ditampung oleh pihak perusahaan, berapapun jumlahnya. Hal ini berarti bahwa jumlah yang dimasukkan kolektor ke perusahaan masih jauh lebih sedikit dibanding dengan permintaan dari perusahaan, sehingga pihak perusahaan senantiasa mengaktifkan para kolektornya untuk memasukkan udang lobster .

Adapun skematik kolektor tidak terikat pada masing masing perusahaan dapat di gambarkan sebagai berikut :



### 1. Kolektor tidak terikat CV Rudiana dan PT Indosari

Kolektor yang tidak terikat seperti yang dijelaskan diatas adalah pedagang atas kemauan sendiri untuk melakukan pembelian bahan baku udang lobster di sentra-sentra produksi yang juga memiliki anggota sebagai sub kolektor di Lapangan. Kolektor tidak terikat ini, bebas menjual bahan



bakunya perusahaan yang lebih tinggi harganya. Pada umumnya kolektor tidak terikat hanya bersifat menjual hasil produksinya ke perusahaan tanpa perlu adanya keharusan untuk memasukkan lobsternya perusahaan tertentu.

Salah satu masalah yang sering dijumpai kolektor tidak terikat adalah harus mencari pasaran harga yang lebih tinggi sehingga kurang efisien dalam menggunakan waktu, dan hal ini dapat saja mempengaruhi mutu lobster yang akan dipasarkan.

## 2. Kolektor terikat CV. Rudiana dan PT. Indosari

Kolektor terikat sesuai defenisi yang diutarakan Sebelumnya, adalah pedagang atas izin penunjukan dari perusahaan untuk pembelian bahan baku udang lobster di sentra-sentra produksi serta memiliki beberapa anggota pembelian di lapangan yang disebut sub kolektor. Kolektor terikat ini mendapatkan bantuan dari perusahaan berupa kapal serta alat-alat tangkap udang lobster, juga berperan dalam pembelian serta menampung hasil produksi sesuai standar harga yang berlaku di daerah tersebut.

Adapun keuntungan kolektor terikat adalah sangat efisien dalam menggunakan waktu oleh karena tidak perlu bersusah payah mencari perusahaan yang akan membeli lobster yang diperolehnya. Sedangkan kerugian bagi para kolektor terikat adalah tidak dapat menentukan harga yang harus

ditawarkan ke perusahaan karena sudah ada standar yang dibuat oleh perusahaan sebagai mitra kerja dari kolektor tersebut.

### 3. Non kolektor (petani nelayan)

Kadangkala pula petani nelayan yang tinggal di pesisir pantai membawa udang lobsternya langsung ke perusahaan tanpa adanya perantara baik dari kolektor, sub kolektor maupun dari non kolektor. Pada umumnya petani yang membawa langsung udang lobsternya ke perusahaan PT. Indosari dan CV. Rudiana adalah sekitar 25 % dari jumlah keseluruhan dimana selebihnya yaitu 75 % di peroleh dari kolektor baik yang terikat maupun yang tidak terikat.

Adapun mekanisme perolehan bahan baku oleh kolektor adalah sebagai berikut :

#### 1. Penjualan oleh petani

Petani produsen menjual hasil produksinya kepada kolektor yang ada di daerah tersebut, pada penjualan lobster petani nelayan ke kolektor yaitu jenis mutiara Rp. 25.000, batik Rp. 20.000, Bambu Rp. 20.000, setan Rp. 5.000 pasir Rp. 5.000. Sistem jual belinya adalah biasanya kolektor mendatangi petani nelayan di tempat-tempat berupa gardu-gardu dimana dilakukan transaksi sekaligus penimbangan antara petani nelayan sebagai penjual dan kolektor sebagai pembeli.

**Tabel 2. Harga Penjualan Udang Lobster oleh Petani Nelayan di CV Rudiana dan PT Indosari Periode 1992**

No	Jenis	Ukuran (Kg)	Harga (Rp)	
			CV Rudiana	PT Indosari
1	Mutiara	0,3	28.000	28.000
2	Bambu	0,3	23.000	23.000
3	Batik	0,3	23,000	22.500
4	Zetam	0,3	9.000	8.500
5	Pasir	0,3	8.000	8.500

**Sumber CV Rudiana dan PT Indosari**

Dilihat dari Tabel 2, bahwa harga penjualan oleh petani ke perusahaan (CV Rudiana dan PT Indosari) sangat tinggi. Dimana keuntungan yang diperoleh oleh petani sangat rendah dibandingkan apabila petani menjual udang lobster tersebut ke kolektor.

Karena dilihat dari hasil yang diperoleh oleh petani, dapat dikatakan bahwa pada umumnya petani lebih senang menjual hasil yang diperolehnya ke kolektor dibandingkan untuk menjual ke perusahaan secara langsung. Karena hasil yang diperoleh petani dari penjualan ke perusahaan tidak dapat menutup biaya yang dikeluarkan oleh petani selama melakukan penangkapan lobster. Biaya-biaya tersebut meliputi harga bahan bakar, perlengkapan perahu serta biaya-biaya kerusakan yang terjadi selama penangkapan berlangsung. Dan juga menyangkut efisiensi waktu oleh petani.

## 2. Pembelian dan Penjualan oleh Kolektor

Biasanya kolektor sudah siap di tempat-tempat pembelian untuk menunggu para petani membawa hasil tangkapannya, dalam hal ini adalah udang lobster. Setiap udang yang dibawa oleh petani dimasukkan dalam keranjang agar kadar air dalam tubuh udang dapat berkurang, dan setelah itu barulah dilakukan penimbangan. Udang yang telah dibeli dari petani tersebut pembayarannya dilakukan dengan sistem tunai atau pun dengan sistem panjar terlebih dahulu.

## 3. Pembelian dan Penjualan oleh Perusahaan

Pihak kolektor yang membeli udang dari petani produsen biasanya langsung dibawa ke perusahaan atau ke tempat-tempat penampungan sementara. Adapun cara penentuan harga pada kolektor adalah dengan membagi udang lobster sesuai dengan ukuran atau klasnya dan ini ditentukan oleh pihak perusahaan. Rata-rata penyaluran kolektor adalah tiga sampai lima kali dalam seminggu. Apabila terjadi perubahan harga, maka pihak perusahaan terlebih dahulu memberitahu kepada kolektor-kolektornya di sentra-sentra produksi

Harga pembelian udang lobster CV.Rudiana dan PT.Indosari disajikan pada tabel 3, sedang harga penjualan udang lobster disajikan pada tabel 4.

Tabel 3. Harga Pembelian Udang Lobster di CV Rudiana dan PT Indosari Ujung Pandang Periode 1992

No	Jenis	Ukuran (kg)	Harga (Rp)	
			CV Rudiana	PT Idosari
1	Mutiara	0,3	30.000	30.000
2	Bambu	0,3	25.000	25.000
3	Batik	0,3	25.000	24.500
4	Zetam	0,3	10.000	9.500
5	Pasir	0,3	10.000	9.500

Sumber CV Rudiana dan PT Indosari

Tabel 4. Harga Penjualan Udang Lobster di CV Rudiana dan PT Indosari Ujung Pandang Periode 1992

No	Jenis	Ukuran (kg)	Harga (Rp)	
			CV Rudiana	PT Infdosari
1	Mutiara	0,3	80.000	80.000
2	Bambu	0,3	55.000	55.000
3	Batik	0,3	55.000	55.000
4	Zetam	0,3	25.000	24.500
5	Pasir	0,3	25.000	24.500

Sumber CV Rudiana dan PT Indosari

Harga pembelian dan harga penjualan yang terjadi pada kedua perusahaan (Tabel 3. dan Tabel 4), dapat dilihat harga lobster tersebut tergantung dari jenisnya. Jenis yang termahal adalah jenis Mutiara.

Sedangkan pemasaran Lobster pada kedua perusahaan tersebut kebanyakan menuju Jepang, Hongkong dan Singapura. Dimana penjualan kenegaraan-negara tersebut dilakukan dengan pengiriman melalui pesawat (dalam bentuk paket) tetapi tetap dalam keadaan hidup.



Adapun Pengiriman dilakukan dengan cara udang lobster dibungkus dengan potongan surat kabar atau koran dan dimasukkan ke dalam box gabus lalu diberi aqua beku di dalam box gabus lalu ditutup rapat segera dibawa ke Bandara kemudian diterbangkan ke negara tujuan sipemesan.

Peranan kolektor dalam mensuplay pengadaa bahan baku udang lobster di CV. Rudiana dan PT. Indosari

Sebagai suatu industri perikanan dalam komoditas udang, untuk kelancaran baik CV. Rudiana maupun PT. Indosari tentu membutuhkan bahan baku udang Lobster dalam jumlah yang cukup besar dalam pengadaan bahan baku tersebut CV. Rudiana PT. Indosari mensuplay melalui kolektor selain itu petani (non kolektor) turut mengambil andil dalam pengadaan bahan baku dengan membawa udang keperusahaan.

Untuk melihat peranan kolektor dalam pengadaan di kedua perusahaan dapat dilihat pada besarnya bahan baku yang dimasukkan ke dalam perusahaan.

Besarnya bahan baku (udang lobster) yang dimasukkan oleh kolektor maupun non kolektor dapat dilihat pada Tabel 5 dan 6.

Tabel 5. Daftar Pemasukan Udang Lobster dari Kolektor  
Maupun dari Non Kolektor di CV. Rudiana  
Ujung Pandang Periode 1992

Bulan	Kolektor (Kg)	Non Kolektor (Kg)	Total
Januari	1.500	1.100	2.600
Pebruari	1.250	975	2.225
Maret	1.955	1.115	3.110
April	2.725	1.200	3.325
Mei	2.675	1.225	3.330
Juni	2.325	1.550	3.875
Juli	2.550	1.400	4.650
Agustus	2.875	2.000	5.275
September	3.425	2.075	5.200
Oktober	2.775	2.130	4.905
November	2.115	1.650	3.765
Desember	1.540	1.115	2.655
<b>Total</b>	<b>27.710</b>	<b>17.535</b>	<b>45.245</b>

Sumber : CV Rudiana Ujung Pandang, periode 1992

Pada Tabel 5 terlihat bahawa total pemasukkan bahan baku ( udang lobster) di CV. Rudiana pada periode januari sampai Desember 1992 sebesar 45,25 Kg. Dari jumlah tersebut sebesar 27,710 atau 61,24% berasal dari pemasukkan udang oleh kolektor sedangkan sisanya sebesar 17,535 Kg atau 38,76% berasal dari non kolektor.

**Tabel 6. Daftar Pemasukan Udang Lobster dari Kolektor  
Maupun dari Non Kolektor di PT. Indosari  
Ujung Pandang Periode 1992**

Bulan	Kolektor (Kg)	Non Kolektor (Kg)	Total
Januari	985	875	1.860
Pebruari	1.250	975	2.225
Maret	1.654	1.321	2.975
April	1.897	969	2.865
Juni	2.136	1.237	3.373
Juli	1.890	2.345	4.235
Agustus	2.986	1.896	4.882
September	3.431	1.795	5.226
Oktober	2.871	1.992	4.863
November	2.413	1.502	3.915
Desember	1.712	985	2.697
<b>Total</b>	<b>25.300</b>	<b>17.117</b>	<b>42.417</b>

**Sumber : PT Indosari Ujung Pandang, periode 1992**

Pada Tabel 6 terlihat bahan baku total pemasukkan bahan baku (Udang Lobster) di PT. Indosari pada periode Januari sampai Desember 1992 sebesar 42.417 Kg. dari jumlah tersebut sebesar 25.300 Kg atau 59,65 % berasal dari pemasukan udang oleh kolektor sedangkan sisanya sebesar 17.177 kg atau 40,33 % berasal dari non kolektor.

Pada Tabel 4 dan 5 tersebut, terlihat pemasukan udang lobster di CV. Rudiana dan PT. Indosari, cukup besar baik yang berasal dari kolektor maupun yang berasal dari

non kolektor. Hal ini disebabkan tingkat harga pembelian udang lobster CV. Rudiana pada pembelian pada PT. Indosari, misalnya ada pembeli batik, zetan, dan pasir (tabel 2). Keadaan membuat para kolektor maupun non kolektor masukkan udang lobster pada CV. Rudiana.

Dari tabel (5 dan 6) tersebut, terlihat bahan baku pemasukan udang terbesar adalah bersumber dari kolektor dan hanya sebagian kecil terbesar dari non kolektor. Banyak pemasukkan bahan baku oleh non kolektor tersebut disebabkan fasilitas pengangkutan yang dimiliki oleh kolektor, selain itu para petani udang menjual udang kepada kolektor ketimbang menjual langsung ke perusahaan para kolektor dalam pengadaan bahan.

Bagi peranan kolektor sangat diperlukan sebab presentase pengumpulan maupun fasilitas bahan baku udang yang dimiliki oleh kolektor dapat memperlancar di smulasi bahan baku sampai ke perusahaan. sebagai pihak kolektor sendiri akan menguasai keinginan bila bahan baku (udang) yang dibeli itu terjadi penurunan mutu.

Uraian di atas dan dengan melihat pemasukan udang lobster oleh kolektor maupun non kolektor (tabel 5 dan 6) menunjukkan bahwa peranan dalam mensupplay pengadaan bahan baku cukup besar dibanding non kolektor. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Peranan Kolektor dan Non Kolektor dalam Mensuplay Pengadaan Bahan Baku Udang Lobster Periode 1992

Perusahaan	Pengadaan Bahan Baku %	
	Kolektor	Non Kolektor
CV. Rudiana	61,24	38,76
PT. Indosari	59,65	40,35
Rata-rata	60,45	39,55

Sumber : Data setelah diolah.

Pada tabel 7 terlihat bahwa prosentase peranan baik pada CV. Rudiana maupun PT. Indosari cukup besar dari non Kolektor, dengan rata-rata pemasukan kolektor sebesar 60,45% dan non kolektor sebesar 39,55%.

Untuk periode Mei-Juni (selama penelitian) udang lobster pada bulan Mei dan Juni oleh kolektor maupun non kolektor mengalami penurunan dibanding dengan pengadaan udang lobster pada periode bulan Januari sampai Desember 1994 (tabel 5 dan 6) lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 8 dan 9

Tabel 8. Jumlah Udang Lobster yang Dimasukkan oleh Kolektor dan Non Kolektor Selama Penelitian pada CV Rudiana Periode Mei-Juni 1993.

No	Minggu	Kolektor (kg)	Non Kolektor (kg)	Total (kg)	Prosentase (%)
1	I	150	115	265	9,84
2	II	176	132	308	11,45
3	III	149	123	272	10,11
4	IV	276	096	372	13,82
5	V	196	143	339	12,60
6	VI	166	190	356	13,23
7	VII	256	188	444	16,50
8	VIII	204	131	335	12,44
Jumlah		1573	1118	2691	100

Tabel 9. Jumlah Udang Lobster yang Dimasukkan oleh Kolektor dan Non Kolektor Selama Penelitian pada PT Indosari periode Mei-Juni 1993.

No	Minggu	Kolektor (kg)	Non Kolektor (kg)	Total (kg)	Prosentase (%)
1	I	215	110	325	9,84
2	II	112	156	268	11,45
3	III	103	139	242	10,11
4	IV	076	155	307	13,82
5	V	202	099	301	12,60
6	VI	180	221	401	13,23
7	VII	199	233	432	16,50
8	VIII	121	166	287	12,44
Jumlah		1103	1384	2487	100

Pada Tabel 8 dan 9 terlihat pada minggu I udang lobster sangat sedikit yaitu 9,84 , ini disebabkan karena pada saat tersebut menjelang musim barat sebagai hasil yang diperoleh para penangkap (kolektor dan non kolektor) menjadi sedikit. Pemasukkan udang lobster diperoleh sangat tinggi yaitu 16,5% pada minggu ke VII, ini sebabkan karena pada saat tersebut menjelang musim bagi lobster melalui aktifitas bagi para penangkap udang lobster.

Tabel 10 Jumlah Eksport Udang Lobster di CV. Rudiana Ujung Pandang Periode 1992

Bulan	Kolektor	Non Kolektor	Total
Januari	1.245	760	2.005
Pebruari	1.031	753	1.784
Maret	1.670	980	2.650
April	2.568	1.012	3.580
Mei	2.056	1.047	3.103
Juni	2.001	1.412	3.413
Juli	2.234	1.238	3.472
Agustus	2.690	1.680	4.370
September	3.129	1.875	5.004
Oktober	2.548	2.015	4.563
November	2.012	1.432	3.444
Desember	1.237	897	2.134
Total	24.421	15.101	39.522

Sumber : CV Rudiana Ujung Pandang, periode 1992

Pada dasarnya tujuan utama dari kegiatan operasi suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar besarnya, demi menjaga kelangsungan aktivitas dari perusahaan tersebut. Pemasaran adalah menjelaskan salah satu produk yang dihasilkan dapat samapi ke konsumen. Sehubungan dengan uraian tersebut CV.Rudiana dan PT. Indosari dengan menghasilkan produk dengan mengekspor ke beberapa negara seperti Jepang, Hongkong, dan singapore untuk kelangsungan aktivitas dengan tujuan yang akan



Tabel 11. Jumlah Eksport Udang Lobster di PT. Indosari Ujung Pandang Periode 1992

Bulan	Kolektor	Non Kolektor	Total
Januari	756	654	1.410
Februari	985	654	1.639
Maret	1.123	789	1.912
April	1.540	756	2.296
Mei	1.768	1.034	2.802
Juni	1.786	1.143	2.929
Juli	1.435	1.890	3.325
Agustus	2.254	1.432	3.686
September	2.854	1.231	4.085
Oktober	2.598	1.760	4.358
November	1.959	1.145	3.104
Desember	1.576	781	2.357
<b>Total</b>	<b>20.634</b>	<b>13.269</b>	<b>33.903</b>

Sumber : PT Indosari Ujung Pandang, periode 1992

diperoleh tentunya ditunjang oleh kemampuan perusahaan untuk mengekport udang lobster. Disini peranan kolektor sangat diperlukan bagi perusahaan, semakin besar pemasukan udang lobster oleh kolektor semakin besar pula kesempatan perusahaan mengekspor.

Untuk mengetahui eksport udang lobster CV. Rudiana dan PT. Indosari periode Januari sampai Desember 1994 dapat dilihat pada tabel 10 dan 11

Berdasarkan tabel 10, dan 11 terlihat bahwa jumlah udang lobster yang di ekspor perusahaan mengalami peningkatan yang cukup pesat pada bulan-bulan Juli Agustus dan September, sedangkan pada bulan-bulan Desember, Januari dan Pebruari terlihat adanya penurunan. Hal ini diduga disebabkan karena pada musim penghujan yang terjadi sekitar bulan Nopember hingga April, para petani nelayan yang melakukan penangkapan lobster biasanya kurang aktif untuk melakukan penangkapan. Selain itu pula pada musim penghujan, udang lobster lebih bersifat pasif dan kurang melakukan aktifitas seperti mencari makan, ataupun bermigrasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden, diperoleh keterangan bahwa pada musim penghujan para petani nelayan biasanya lebih berkonsentrasi terhadap penangkapan ikan-ikan yang hidup di permukaan (Pelagis) dari pada harus menyelam ke dasar laut untuk mendapatkan udang lobster. Kenyataan ini menunjukkan bahwa kurangnya pemasukan udang lobster ke perusahaan pada bulan-bulan tertentu disebabkan oleh pengaruh musim, dan besarnya resiko yang harus ditanggung oleh para petani nelayan untuk melakukan penangkapan udang lobster.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

1. Selama penelitian ini menunjukkan bahwa peranan kolektor cukup besar dalam mensuplay bahan baku udang lobster keperusahaan
2. Kolektor berperan penting dalam mensuplai udang Lobster secara kontinu pada CV. Rudiana maupun pada PT. Indo Sari

### Saran

Dari hasil penelitian terlihat begitu besar peranan kolektor dalam mensuplay pengadaan udang lobster, maka disarankan bagi industri perikanan khususnya yang bergerak dalam usaha komoditas udang untuk menggunakan jasa kolektor jika memerlukan bahan baku dalam jumlah yang besar dan kontinyu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 1983. Pedoman Pembinaan Mutu Dalam Unit Pengolahan Hasil Perikanan. Direktorat Jenderal Perikanan.
- . 1991. Majalah Techner. Media Informasi Perikanan Edisi I, IV, VI, dan VII. Jakarta.
- . 1991. Bahan-bahan Informatif Temu Usaha Udang Pinrang. Sulawesi Selatan.
- Arisetyo, S. 1992. Potensi Perikanan Ikan-Ikan Demersal Di Teluk Bone. Tesis. Jurusan Perikanan Fakultas Perikanan. Universitas Hasanuddin. Ujung Pandang.
- Asri, Marwan, 1986. Marketing BPPE-Yogyakarta bekerja sama dengan LMP2M-YKPN, Yogyakarta.
- Downey, W. David, Erickson dan Steven P. 1989. Manajemen Agrobisnis. Erlangga Jakarta.
- Encarnation, E.N. 1982. Aquaculture Economic Abstracts. South East Asian Regional Centre for Graduate Study and Research in Agriculture. Cologe Laguna (Search). Philippines.
- Guiltinan, P.J. dan W.F. Gadon. strategi dan Program Manajemen Pemasaran. Erlangga Jakarta.
- Hadikoeswoyo, H. 1986. Penelitian Ekonomi Budidaya Perairan di Asia. Yayasan Obor Indonesia. PT. Gramedia Jakarta.
- Hamid, A.K. 1984. Tataniaga Pertanian. Departemen Soisal Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian. Universitas Hasanuddin.
- Herman. 1983. Analisa Pemasaran Udang dari Produsen di Desa Pajukukang. Kabupaten Maros. Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin.
- Hanafiah dan Saefuddin. 1983. Tataniaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia.
- Hernanto, F. 1989. Ilmu Usaha Tani. Cetakan I. PT. Penebar Swadaya. Seri Pertanian. Jakarta.
- Kartasaputra. 1986. Marketing Produk Pertanian dan Industri PT. Bina Aksara. Jakarta.
- Kotler, P. 1976. Manajemen Pemasaran . Erlangga Jakarta.

- Moeljantho. 1985. Pendidikan dan Pembekuan Ikan PI. Penebar Swadaya Anggota Ikapi. Jakarta.
- Mc Carthy, E Verome, 1975. Principles of Management, An Analysis of Managerial Functions. Fifth Edition. Towin Book Co, New York.
- Nasir, M. 1987. Metode Penelitian. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rachman, A. dan Nadjamuddin. 1988. Biologi Penangkapan dan Kemungkinan Pengembangan Lobster. seminar Ilmiah berkala Staf Pengajar Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
- Patong, D. 1984. Sendi-Sendi Pokok Ilmu Usaha Tani. LEPHAS. Jakarta.
- Said, R. 1982. Pengantar Ilmu Kependudukan. Penerbit LP3ES. Jakarta.
- Subani, W. 1977. Perikanan Udang Earong (Spiny Labster dan Prospek Masa depannya. Seminar ke-II Perikanan Udang. Jakarta 16 hal.
- Tadjung, H.L dan S. Mandung. 1983. Dasar-Dasar Klimatologi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Hasanuddin. Ujung Pandang.
- Winardi. 1981. Manajemen Pemasaran. Penerbit Sinar Baru. Bandung.