



**PERAN TEMPAT PELELANGAN IKAN (TPI) DAN PERSEPSI
NELAYAN SERTA SALURAN PEMASARAN HASIL
TANGKAP IKAN DI TPI PONDOK MIMBO
KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan program studi Sosial Ekonomi Pertanian/
Agribisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Oleh:
Ahmad Hosnan
NIM 101510601069

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN/AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2016**



**PERAN TEMPAT PELELANGAN IKAN (TPI) DAN PERSEPSI
NELAYAN SERTA SALURAN PEMASARAN HASIL
TANGKAP IKAN DI TPI PONDOK MIMBO
KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Agribisnis (S1)
dan Mencapai Gelar Sarjana Pertanian

Oleh:

**Ahmad Hosnan
NIM 101510601069**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2016**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibundaku Hosniyah serta ayahandaku Hasanuddin dan kakakku Amiruddin serta Fathur Rozi yang senantiasa memberikan doa motivasi dan dukungan lainnya yang tiada henti kepadaku;
2. Keluarga besar bani Hamid, yang telah memberikan arahan, motivasi, serta dukungan lainnya;
3. Guru-guru saya, dari guru Madrasah hingga SMA dan para Dosen terhormat yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang sungguh bermanfaat serta barokah kepada saya;
4. Almamater Fakultas Pertanian Universitas Jember.

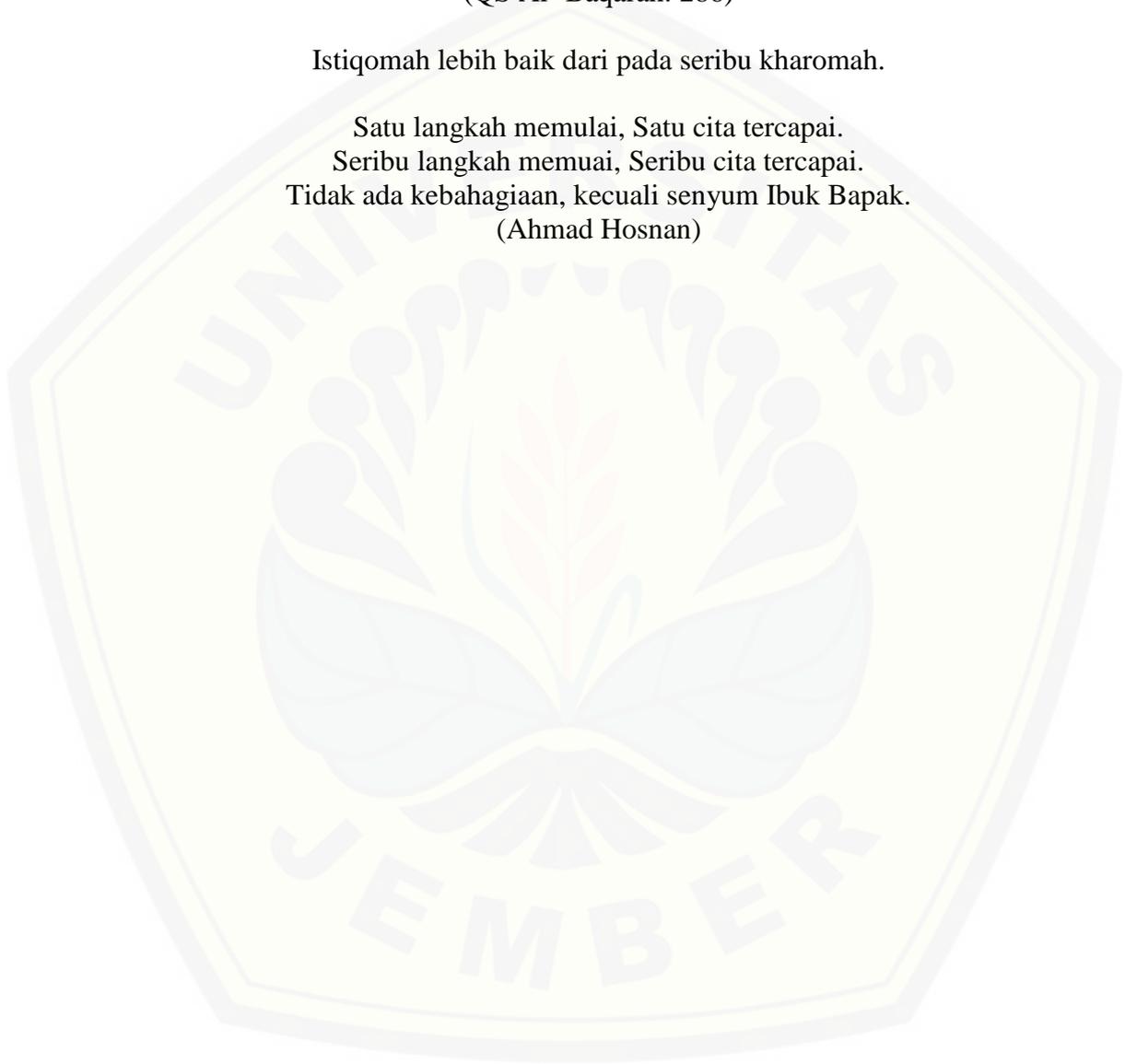
MOTTO

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih dan maha penyayang.
Allah tidak akan membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan
kesanggupannya.

(QS Al- Baqarah: 286)

Istiqomah lebih baik dari pada seribu kharomah.

Satu langkah memulai, Satu cita tercapai.
Seribu langkah memuai, Seribu cita tercapai.
Tidak ada kebahagiaan, kecuali senyum Ibuk Bapak.
(Ahmad Hosnan)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Hosnan

NIM : 101510601069

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: **“Peran Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan Persepsi Nelayan serta Saluran Pemasaran Hasil Tangkap Ikan di TPI Pondok Mimbo Kabupaten Situbondo”**, adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Desember 2016
Yang Menyatakan

Ahmad Hosnan
NIM. 101510601069

SKRIPSI

**PERAN TEMPAT PELELANGAN IKAN (TPI) DAN PERSEPSI
NELAYAN SERTA SALURAN PEMASARAN HASIL
TANGKAP IKAN DI TPI PONDOK MIMBO
KABUPATEN SITUBONDO**

Oleh

Ahmad Hosnan
NIM. 101510601069

Pembimbing :

Pembimbing Utama : Aryo Fajar Sunartomo, SP., M.Si.
NIP 197401161999031001

Pembimbing Anggota : Mustapit, S.P., M.Si.
NIP 197708162005011001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **Peran Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan Persepsi Nelayan serta Saluran Pemasaran Hasil Tangkap Ikan di TPI Pondok Mimbo Kabupaten Situbondo**, telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Selasa, 13 Desember 2016

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Dosen Pembimbing Utama,

Dosen Pembimbing Anggota,

Aryo Fajar Sunartomo, SP., M.Si.
NIP. 197401161999031001

Mustapit, S.P., M.Si.
NIP. 197708162005011001

Dosen Penguji Utama,

Dosen Penguji Anggota,

Ir. Anik Suwandari, MP.
NIP. 196404281990022001

Dr. Ir. Sri Subekti, M.Si.
NIP. 196606261990032001

Mengesahkan
Dekan,

Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph.D
NIP. 196005061987021001

RINGKASAN

Peran Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan Persepsi Nelayan serta Saluran Pemasaran Hasil Tangkap Ikan di TPI Pondok Mimbo Kabupaten Situbondo. Ahmad Hosnan, 101510601069, 2016, Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Perikanan merupakan bagian dari pertanian dalam cakupan arti luas dan memiliki keterkaitan dengan nelayan. Nelayan dalam kehidupan sehari-hari menggantungkan pemenuhan kehidupan dari proses pra dan pasca penangkapan ikan. Oleh karena itu, PPI (Pangkalan Pendaratan Ikan) yang mana didalamnya terdapat TPI (Tempat Pelelangan Ikan) bertujuan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat nelayan dengan cara pengembangan proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan. Keberadaan TPI menjadi penting jika dioptimalkan semaksimal mungkin terhadap fungsi dan tugas TPI. Keberadaan TPI akan merubah persepsi masyarakat nelayan dalam proses pemasaran, bahkan dapat memberikan kepuasan nelayan dalam proses pemasaran ataupun pengembangan masyarakat nelayan.

Tujuan penelitian ini dilakukan yakni untuk (1) mengetahui tingkatan peran TPI Pondok Mimbo terhadap pemasaran hasil tangkapan ikan oleh nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo, (2) Mengetahui tingkatan persepsi masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo, (3) pola saluran dan menilai tingkat efisiensi saluran pemasaran hasil tangkap ikan nelayan di wilayah penelitian, (4) merumuskan strategi dan pengembangan yang harus dilakukan TPI Pondok Mimbo guna meningkatkan peran TPI Pondok Mimbo. Penelitian ini dilakukan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan analitik. Metode pengambilan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan pada hipotesis pertama, dan hipotesis kedua menggunakan *likert*, permasalahan ketiga menggunakan deskriptif pola saluran pemasaran dan untuk menguji hipotesis

ketiga dengan cara margin pemasaran yang kemudian dicari efisiensi pemasaran, serta untuk mengetahui tujuan keempat dengan menggunakan analisis FFA.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat peran TPI Pondok Mimbo pada kondisi katagori sedang dari keenam indikator. Peran TPI Pondok Mimbo hanya sebagai tempat proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan serta tempat penimbangan ikan, sedangkan proses pelelangan ikan hasil tangkap nelayan tidak berjalan sebagaimana mestinya. Persepsi masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo berada pada katagori sedang dengan ketiga aspek, yaitu aspek kognisi, afeksi dan psikomotorik. Berdasarkan aspek kognisi, afeksi, dan psikomotorik, persepsi masyarakat nelayan mengarah kepada peran TPI Pondok Mimbo yang diambil alih oleh para *pengamba'*. Nelayan juga memeberikan respon positif terhadap *pengamba'*, terbukti dari segala aktivitas pemasaran masyarakat nelayan dilakukan oleh *pengamba'*. Pola saluran pemasaran hasil tangkapan nelayan memiliki empat saluran pemasaran, sedangkan efisiensi saluran pemasaran semuanya efisien karena nilai efisien dari efisiensi pemasaran yaitu 0 EP 50%. Analisis FFA menunjukkan penyusunan strategi pengembangan peran TPI Pondok Mimbo dengan meningkatkan faktor pendorong dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan dan meminimalisir hubungan *pengamba'* dengan masyarakat nelayan, secara bersama sama meningkatkan faktor pendorong yang memiliki nilai bobot terendah dan juga meminimalisir faktor penghambat yang memiliki nilai bobot tertinggi. Perumusan strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo yaitu: (1) meningkatkan dan mengoptimalkan Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan, (2) meningkatkan dan menjaga Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI, (3) merangkul hubungan *pengamba'* dengan masyarakat nelayan dengan cara kerja sama, dan (4) meningkatkan penggunaan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo.

SUMMARY

The role of the fish auction place (TPI) and Perceptions of Fishermen and Channel Marketing of Fishing in TPI Pondok Mimbo Situbondo. Ahmad Hosnan, 101510601069, 2016 Agribusiness Studies Program Department of Social Economics Faculty of Agriculture, University of Jember

Fishing is part of farming within it's in the scope of the broad sense. Fish farming have contributed to the welfare of the fishing community, the utilization of fisheries and also its development is expected to improve the lives of people living coastal communities who are mainly fishermen. This livelihood process where the utilization of fisheries and also its development improves the lives of people living coastal communities results when fishermen, catch fish from the sea are then bring it to the market for sale. This will in turn generate income and consequently have great potential in economic, social and cultural life of fishing communities. Therefore, PPI (Fish Landing Base) in which there are TPI (Fish Auction Place) is aimed towards improvement of living for fishing communities by way of the development of the marketing processes incorporating catching of the fishes and taking it to the market for sale. TPI can be essential if optimized as much as possible to fulfill its functions and tasks. TPI will change the perception of the existence of the fishing community towards the marketing process; and even bring about satisfaction in the marketing process and consequent the economic and socio-cultural development of fishing communities.

The purpose of this research are (1) to determine the TPI role of the marketing of fish caught by fishermen in the village District of Sumberanyar Banyuputih Situbondo, (2) Knowing the public perception of the existence of TPI fishing Pondok Mimbo, (3) ascertain drainage patterns and assess the level of efficiency of the marketing channels for the catch of fish by fishermen in the area of research, (4) strategy and development to be done to improve the TPI Pondok Mimbo role. This research was conducted in the village of the District Sumberanyar Banyuputih Situbondo. The method used is qualitative descriptive and analytic. The data collection method using primary data and secondary data.

Research methodology included the use of analytical method, Likert scales, descriptive pattern of channels and also the efficiency of the marketing margin and fourth issues using FFA analysis

The results showed that the level of TPI role Pondok Mimbo on the condition of the six categories being indicators. The public perception of the existence of TPI fishing Pondok Mimbo are in the category of being with three indicators of cognition, affective and psychomotor. The pattern of channel marketing the catch has four marketing channels, while the efficiency of its quasi-efficient marketing channel for efficient value greater than 1. FFA analysis shows the preparation of the development strategy of TPI Pondok Mimbo role by increasing the driving factors TPI support in the process of marketing of fish and minimize developer relations with the fishing community. with the same increase the driving factors and also minimize the inhibiting factor.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah tertulis (skripsi) yang berjudul “Peran Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Dan Persepsi Nelayan serta Saluran Pemasaran Hasil Tangkap Ikan di TPI Pondok Mimbo Kabupaten Situbondo”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Strata Satu (S1), Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan karya ilmiah tertulis ini banyak mendapat bantuan, bimbingan, dukungan, serta saran dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember, yang telah memberikan bantuan perijinan dalam menyelesaikan karya ilmiah tertulis ini,
2. Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M selaku ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan bantuan sarana dan prasarana dalam menyelesaikan karya ilmiah tertulis ini,
3. Bapak Aryo Fajar Sunartomo, SP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Mustapit, SP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberi bimbingan, nasihat, dan ilmu yang bermanfaat sehingga penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah ini,
4. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis serta Dosen Fakultas Pertanian Universitas Jember yang telah memberikan ilmu, bimbingan, saran dan kritik kepada penulis.
5. Kedua orang tua tercinta, Ibundaku Hosniyah dan ayahandaku Hasanuddin serta kakakku Amiruddin dan Fathur Rozi, serta keluarga besar bani Hamid yang senantiasa memberikan doa motivasi dan dukungan yang tiada henti kepadaku.

6. Pihak Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Situbondo, serta seluruh masyarakat Desa Sumberanyar dan juga Dusun Pondok Mimbo.
7. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan dukungan perhatian, semangat, kritik dan sarannya.
8. Sahabat hati, Susilawati yang telah memberikan motivasi dan dukungan tiada henti.
9. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan karya ilmiah tertulis ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ilmiah tertulis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Penulis

Jember, 13 Desember 2016

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Dasar Teori	15
2.2.1 Karakteristik Masyarakat Pesisir	15
2.2.2 Tempat Pelelangan Ikan	18
2.2.3 Konsep Persepsi.....	19
2.2.4 Teori Peran dan Kelembagaan.....	23
2.2.5 Teori Pasar dan Pemasaran.....	27
2.2.6 Teori Analisis FFA	29
2.2.7 Saluran Pemasaran.....	32
2.2.8 Margin Pemasaran	33
2.2.9 Efisiensi Pemasaran.....	35

2.3	Krangka Pemikiran	36
2.4	Hipotesis	42
BAB 3.	METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1	Metode Penentuan Daerah Penelitian	43
3.2	Metode Penelitian	43
3.3	Metode Pengambilan Contoh	43
3.4	Metode Pengumpulan Data	45
3.5	Metode Analisis Data	46
3.6	Definisi Operasional	54
BAB 4.	GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	57
4.1	Gambaran Umum Wilayah Desa Sumberanyar.....	57
4.1.1	Keadaan Geografis	57
4.1.2	Keadaan Penduduk Berdasarkan Struktur Mata Pencaharian	59
4.1.3	Keadaan Penduduk Menurut Usia	60
4.1.4	Jenis Ikan dan produksi pertahun	60
4.2	Keadaan Umum Pngkalan Pendaratan Ikan (PPI) dan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Pondok Mimbo.....	62
4.2.1	PPI Sumberanyar	62
4.2.2	TPI Pondok Mimbo	64
BAB 5.	HASIL DAN PEMBAHASAN	67
5.1	Peran TPI Pondok Mimbo terhadap Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo	67
5.1.1	Indikator tingkatan peran TPI.....	68
5.1.1.1	SDM (Personil TPI Pondok Mimbo).....	69
5.1.1.2	Fasilitas TPI.....	72
5.1.1.3	Lokasi TPI	74
5.1.1.4	Kontribusi TPI Pondok Mimbo pada nelayan	76
5.1.1.5	Koperasi.....	78
5.1.1.6	Kepuasan penggunaan TPI.....	80

5.2 Persepsi Masyarakat Nelayan Terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo	84
5.2.1 Aspek persepsi masyarakat nelayan	85
5.2.1.1 Aspek Kognisi (Pengetahuan)	87
5.2.1.2 Aspek Afeksi (Sikap/Perasaan, Emosi)	88
5.2.1.3 Aspek Psikomotorik (Tindakan).....	90
5.3 Pola Saluran dan Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan	94
5.3.1 Efisiensi Saluran pemasaran	96
5.4 Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo.....	112
5.4.1 Analisis faktor pendorong kunci dan faktor penghambat kunci (FKK).....	119
5.4.2 Perumusan strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo	123
BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN.....	128
6.1 Simpulan.....	128
6.2 Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KUISIONER	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Penentuan ukuran sampel dalam metode pengambilan contoh.....	44
3.2	Metode pengumpulan data.....	45
3.3	Tingkat urgensi antar faktor.....	52
4.1	Batas-batas Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo Tahun 2015.....	57
4.2	Distribusi Penduduk Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Berdasarkan Struktur Mata Pencaharian Tahun 2015.....	59
4.3	Sebaran Penduduk Berdasarkan Spesifikasi Kelompok Usia Tenaga Kerja Tahun 2015.....	60
4.4	Jenis Ikan dan Produksi Ikan Hasil Tangkap Nelayan Desa Sumberanyar Tahun 2015.....	61
4.5	Daftar Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) dan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Kabupaten Situbondo Tahun 2015.....	63
5.1	Tingkatan Peran TPI Pondok Mimbo Terhadap Proses Hasil Tangkapan Ikan Nelayan.....	68
5.2	Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator SDM.....	70
5.3	Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Fasilitas TPI.....	72
5.4	Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Lokasi TPI.....	74
5.5	Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Kontribusi TPI pada Nelayan.....	76

5.6	Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Koperasi.....	79
5.7	Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Kepuasan Penggunaan TPI.....	80
5.8	Peran Tempat Pelelangan Ikan Pondok Mimbo Menurut Indikator dan Fakta di Lapang Terhadap Proses Pemasaran Ikan Hasil Tangkap Nelayan.....	82
5.9	Tingkat Persepsi Nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo.....	85
5.10	Tingkat Persepsi nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo Aspek Kognisi.....	87
5.11	Tingkat Persepsi nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo Aspek Afeksi.....	89
5.12	Tingkat Persepsi nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo Aspek Psikomotorik.....	90
5.13	Persepsi Masyarakat Nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo.....	92
5.14	Margin Pemasaran Ikan layang Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ' dan Pedagang Pindangan.....	97
5.15	Margin Pemasaran Ikan layang Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ', Pedagang lokal dan Konsumen.....	98
5.16	Margin Pemasaran Ikan layang Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ', Pedagang lokal, pengecer dan Konsumen.....	100
5.17	Margin Pemasaran Ikan layang Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ', Pedagang luar dan Konsumen.....	101
5.18	Margin Pemasaran Ikan tongkol Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ' dan Pedagang Pindangan.....	102
5.19	Margin Pemasaran Ikan Tongkol Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ', Pedagang Lokal dan Konsumen.....	103

5.20	Margin Pemasaran Ikan Tongkol Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ', Pedagang Lokal, Pengecer dan Konsumen.....	104
5.21	Margin Pemasaran Ikan Tongkol Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ', Pedagang Luar dan Konsumen.....	105
5.22	Margin Pemasaran Ikan layang Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ', <i>pengamba</i> ' dan Pedagang Pindangan.....	106
5.23	Margin Pemasaran Ikan Teri Saluran Pemasaran Nelayan/ <i>pengamba</i> ', Pedagang Lokal dan Konsumen.....	107
5.24	Margin Pemasaran Ikan Teri Saluran Pemasaran Nelayan, Pedagang Lokal, Pengecer dan Konsumen.....	108
5.25	Margin Pemasaran Ikan Teri Saluran Pemasaran Nelayan, Pedagang Luar dan Konsumen.....	109
5.26	Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan Nelayan.....	110
5.27	Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat Peningkatan peran TPI Pondok Mimbo di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.....	113
5.28	Evaluasi Faktor Pendorong pada Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo.....	120
5.29	Evaluasi Faktor Penghambat pada Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Tahapan Pembaharuan Prilaku Kelompok Menurut Kurt Lewin.....	31
2.2	Gambaran fungsi pirmer dan fungsi turunan dan margin tataniaga.....	34
2.3	Skema Kerangka Pemikiran.....	41
3.1	Medan Kekuatan TPI Pondok Mimbo.....	54
4.1	Gambar Peta Desa Sumberanyar kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.....	58
4.2	Jenis Ikan Layang, Tongkol dan Teri.....	61
4.3	Struktur Organisasi UPTD Pusat Pendaratan Ikan / PPI (Pangkalan Pendaratan Ikan) Kabupaten Situbondo.....	65
5.1	Pola Alur Saluran Pemasara Jenis Ikan di TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.....	94
5.2	Medan Kekuatan Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.....	122
5.3	Fokus Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo.	124

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
A	Data Responden Peran Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan Persepsi nelayan serta Saluran Pemasaran Hasil Tangkap Ikan di TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.....	135
B	Tingkatan Peran TPI Pondok Mimbo terhadap Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.....	139
C	Tingkatan Persepsi Masyarakat Nelayan Terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo.....	142
D	Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.....	144
E	Tingkat Urgensi Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat pada Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo.....	149
F	Evaluasi FFA.....	153
	Quisioner.....	154
	Dokumentasi.....	172

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah Negara kepulauan yang terdiri dari belasan ribu pulau. Kenyataan ini memungkinkan timbulnya struktur kehidupan perairan yang memunculkan pemukiman-pemukiman penduduk di sekitar garis pantai. Guna memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari para penduduk yang bermukim di daerah pantai tersebut pada umumnya memilih pekerjaan sebagai nelayan selain pekerjaan-pekerjaan sampingan lainnya. Hasrat untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera dalam arti sebenarnya adalah tujuan mulia yang hendak dicapai oleh bangsa Indonesia.

Potensi perikanan laut Indonesia terdiri dari potensi perikanan palagis dan demersal tersebar pada hampir semua bagian perairan laut Indonesia yang ada seperti halnya perairan laut teritorial yaitu perairan laut nusantara. Secara geografis masyarakat nelayan adalah masyarakat yang hidup, tumbuh dan berkembang di kawasan pesisir. Sebagai suatu sistem, masyarakat nelayan terdiri atas kategori-kategori sosial yang membentuk kesatuan sosial. Mereka juga memiliki sistem nilai dan simbol-simbol budaya sebagai referensi perilaku sehari-hari. Faktor kebudayaan ini yang membedakan masyarakat nelayan dengan kelompok sosial lainnya. Secara langsung maupun tidak langsung, masyarakat pesisir menggantungkan hidupnya dari mengelola potensi sumberdaya perikanan (Kusnadi, 2009).

Kemiskinan dan kesenjangan sosial yang terjadi dalam masyarakat nelayan secara dominan disebabkan oleh dampak negatif kebijakan modernisasi perikanan. Selain disebabkan oleh dampak negatif kebijakan modernisasi perikanan, kemiskinan dan berbagai tekanan kehidupan yang dihadapi oleh nelayan dipengaruhi oleh fluktuasi musim ikan, keterbatasan kemampuan teknologi penangkapan dan konservasi hasil ikan, daya serap pasar lokal yang terbatas, jaringan pemasaran yang dianggap merugikan nelayan sebagai produsen, sistem bagi hasil yang timpang, serta organisasi koperasi yang tidak berfungsi dengan baik. Studi-studi tersebut mengemukakan bahwa nelayan tradisional dan

nelayan buruh merupakan kelompok sosial yang paling terpuruk tingkat kesejahteraan hidupnya (Kusnadi, 2000).

Pendapatan nelayan bersifat harian dan jumlahnya sulit ditentukan, selain itu pendapatan nelayan juga sangat tergantung pada musim serta status nelayan dalam aktifitas melaut, apakah nelayan memiliki status juragan atau *pandhiga* (nelayan buruh). Pendapatan nelayan yang bersifat harian, tidak menentu dan tergantung pada musim membuat nelayan sangat sulit merencanakan penggunaan pendapatan. Keadaan demikian mendorong nelayan untuk membelanjakan uangnya segera setelah mendapatkan penghasilan dari aktifitas melaut yang didapat. Implikasinya, nelayan sulit untuk mengakumulasikan modal atau menabung untuk kebutuhan aktivitas melaut yang akan dilakukan dikemudian hari. Pendapatan yang diperoleh pada musim penangkapan ikan habis digunakan untuk menutupi kebutuhan keluarga sehari-hari, bahkan sering tidak mencukupi untuk kebutuhan harian tersebut (Firth dalam Kusnadi, 2003).

Pendapatan nelayan yang bersifat harian besar kecilnya ditentukan oleh hasil tangkapan yang diperoleh, akan tetapi pengaruh selain hasil tangkapan ikan adalah cara nelayan menjual hasil tangkapan ikan tersebut. Hasil tangkapan ikan oleh nelayan akan melewati pasar agar memperoleh hasil berupa materi, yang mana hasil tangkapan ikan akan diganti dengan material (uang) sebagai pendapatannya. Pasar tersebut memiliki pengaruh besar terhadap pendapatan, pasar akan membeli hasil tangkapan nelayan dan kemudian menjualnya kembali pada konsumen lainnya yang mana hal ini disebut dengan saluran pemasaran.

Peran lembaga pemasaran mutlak akan terjadi dalam setiap aktivitas saluran pemasaran. Kaitannya dengan pemasaran tersebut, lembaga pemasaran memiliki kedudukan mendistribusikan hasil tangkapan nelayan melalui berbagai cara yang dilakukan oleh masing-masing lembaga sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Peran lembaga pemasaran adalah pihak yang menjalankan fungsi-fungsi pemasaran. Lembaga tersebut dapat terdiri dari perorangan atau kelompok, dimana masing-masing lembaga pemasaran tersebut dapat menjalankan salah satu atau pun beberapa tugas sekaligus. Lembaga pemasaran dalam masyarakat nelayan tidak terlepas dengan lembaga sosial, walau ada juga lembaga formal.

Lembaga sosial tersebut yaitu *pengamba'* dan *sara'an*, sedangkan lembaga formal seperti KUD atau TPI. Lembaga-lembaga tersebut memiliki peran dan fungsi dalam hal pemasaran hasil tangkap ikan oleh nelayan sehingga terbentuk saluran pemasaran, serta lembaga tersebut memiliki peran dan fungsi sebagai penyediaan modal.

Menurut Swastha (1981) saluran pemasaran merupakan bagian dari satu sistem yang luas dimana kita semua hidup didalamnya. Jadi saluran pemasaran berada dalam sistem keseluruhan. Komponen-komponen pasar yang mana saluran dan lingkungan merupakan subsistem dari sistem total. Sehingga nelayan akan melalui saluran pemasaran yang akan melibatkan berbagai lembaga-lembaga pemasaran khususnya lembaga pemasaran ikan. Selain itu, saluran pemasaran dapat terjadi berbagai macam saluran, akan tetapi saluran yang efisienlah yang dapat memberikan hasil yang optimal dalam pemasaran. Soekartawi (1985) menjelaskan efisiensi pemasaran merupakan maksimisasi dari rasio *input* dan *output*. *Input* berupa biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan hasil perikanan, sedangkan *output* adalah kepuasan dari konsumen. Perubahan yang mengurangi biaya *input* tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan meningkatkan efisiensi, sedangkan perubahan yang mengurangi biaya *input* tetapi mengurangi kepuasan konsumen akan menurunkan efisiensi pemasaran.

Lembaga formal yang dapat memberikan fasilitas tempat pemasaran pada masyarakat nelayan yaitu salah satunya adalah Tempat Pelelangan Ikan. Lembaga TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo merupakan tempat yang bertujuan untuk mempertemukan sejumlah pedagang dan para nelayan yang memasarkan hasil tangkap ikan. Secara teknis kerja TPI Pondok Mimbo yaitu telah menerapkan sistem lelang, yaitu mendaftarkan hasil tangkap ikannya kepada petugas lelang kemudian diberi kupon untuk melakukan pelelangan. Hal tersebut dipertegas dengan adanya Undang-undang Republik Indonesia Tahun 2004 tentang Perikanan Pasal 41, yang mana menyebutkan Tempat Pelelangan Ikan memiliki fungsi dan peran sebagai tempat terjadi pertemuan dan transaksi antara produsen/nelayan dengan

konsumen/pedagang. Akan tetapi, pelelangan ikan yang terjadi dilakukan langsung oleh nelayan atau orang kedua kepada pedagang yang datang. Mengingat pelelangan sebenarnya merupakan kerja teknis yang dilakukan oleh pihak TPI, dalam hal ini adalah dilakukan oleh KUD Mina.

Kabupaten Situbondo merupakan wilayah yang berada pada daerah garis pantai sebelah utara Jawa Timur, dengan luas wilayah 1.638,50 Km yang terletak di tengah jalur darat Jawa - Bali dan membuat perekonomian daerah menjadi lebih berpotensi untuk semakin maju. Mayoritas penduduk yang mendiami Kabupaten Situbondo bermata pencaharian dibidang pertanian. Wilayah yang berada digaris pantai Selat Madura dan Selat Bali memiliki potensi yang bagus dibidang kelautan mengingat wilayah pantai memiliki garis pantai sepanjang 150 Km, hal ini memberikan mata pencaharian bagi penduduk Situbondo sebagai penangkapan ikan dan pengolahan hasil laut.

Sosial ekonomi masyarakat Kabupaten Situbondo khususnya Desa Sumberanyar masih tergolong menengah kebawah. Seperti halnya masyarakat pesisir pada umumnya, yaitu memanfaatkan sumberdaya kelautan sebagai mata pencaharian mereka. Akan tetapi penduduk Desa Sumberanyar tidak semuanya bermata pencaharian sebagai nelayan, terdapat pula beberapa masyarakat sebagai pedagang dan juga sebagai petani. Secara teoritis masyarakat pesisir memiliki ketergantungan terhadap pemanfaatan sumberdaya kelautan, hal ini terlihat dari berbagai aktivitas masyarakat Desa Sumberanyar khususnya di Pondok Mimbo. Berkaitan dengan tingkat ekonomi masyarakat Pondok Mimbo Desa Sumberanyar yang mana menggantungkan pendapatannya dari hasil melaut, sehingga masih tergolong dalam masyarakat menengah kebawah atau masyarakat miskin. Hal ini terbukti dari lingkungan sosial masyarakat disana, yang terlihat masih banyak masyarakat dengan kondisi bangunan rumah yang belum layak. Disamping itu, TPI Pondok Mimbo merupakan salah satu TPI yang potensial berdasarkan kapasitas penanganan hasil tangkap ikan nelayan.

Mengingat keberadaan TPI Pondok Mimbo yang sangat potensial, tidak terlepas dengan peran masyarakat setempat yang mana memiliki pandangan atau persepsi tersendiri terhadap TPI. Persepsi masyarakat Pondok Mimbo, peran TPI

sebagai institusi formal yang fungsinya memepertemukan anantara nelayan dengan pembeli yang berjalan dalam mekanisme lelang, ternyata tidak berperan optimal. Mekanisme lelang yang dilakukan secara terbuka seharusnya dapat menentukan kesepakatan harga yang wajar serta memuaskan baik bagi nelayan dan juga bagi pedagang. Dilihat dari sudut pangan masyarakat, TPI merupakan alternatif sistem pemasaran ikan yang baik dan ideal. Tidak optimalnya fungsi dan peran TPI Pondok Mimbo menjadikan sistem pemasaran ikan dilakukan secara bebas.

Dalam melaksanakan pembangunan, sumber daya alam merupakan hal yang sangat penting sebagai modal dasar pembangunan. Salah satunya adalah lautan, dengan hasil ikan serta hasil lainnya, Kabupaten Situbondo sangat produktif untuk meningkatkan ekonomi khususnya di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih. Nelayan yang sumber kehidupannya dari laut, dengan alat yang masih sederhana, pendapatan nelayan masih tercatat dalam kelompok pendapatan rendah sehingga masih banyak kehidupan nelayan yang hidup dalam kemiskinan. Hal ini bisa disebabkan karena Tempat Pelelangan Ikan yang kurang Optimal. Tempat Pelelangan Ikan yaitu berkenaan dengan peran TPI Pondok Mimbo sebagaimana peran TPI Pondok Mimbo yang seharusnya ada, perludikaji ulang, hal ini berkaitan dengan keberadaan nelayan Desa Sumberanyar yang menganggap TPI Pondok Mimbo tidak optimal.

Sehubungan dengan peran TPI Pondok Mimbo tersebut, masyarakat nelayan Desa Sumberanyar memiliki pandangan tersendiri. Pandangan masyarakat nelayan dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat nelayan Desa Sumberanyar terkait dengan keberadaan TPI Pondok Mimbo. Persepsi nelayan diperlukan guna untk mengetahui pandangan serta tindakan nelayan saat melakukan proses pemasaran. Masyarakat nelayan Desa Sumberanyar memiliki perspsi yang perlu dikaji, sehingga persepsi tersebut akan dapat mengetahui bagaimana kinerja TPI Pondok Mimbo disamping sebagai tolak ukur masyarakat nelayan sendiri.

Peran TPI Pondok Mimbo dan juga persepsi masyarakat nelayan Desa Sumberanyar, nantinya akan diketahui berkaitan dengan lembaga pemasaran TPI Pondok Mimbo yaitu guna mengembangkan TPI kedepannya. Perkembangan TPI

atau kemajuan TPI di Desa Sumberanyar diperlukan guna untuk mengembangkan masyarakat nelayan. Dengan perkembangan lembaga pemasaran TPI Pondok Mimbo maka masyarakat nelayan secara tidak langsung akan ikut berkembang, karena masyarakat nelayan memerlukan lembaga pemasaran yang dapat memberikan nilai positif terhadap proses pemasaran ataupun hasil dari tangkapan ikan nelayan.

Oleh karena itu, masalah inilah yang melatar belakangi peneliti untuk meneliti masalah ini. Permasalahan yang melatarbelakangi berkaitan dengan peran TPI Pondok Mimbo, persepsi nelayan, proses pemasaran nelayan serta perkembangan TPI pondok Mimbo. Permasalahan tersebut disusun dengan tujuan untuk menganalisis serta mengetahui tingkatan peran tempat pelelangan ikan dalam saluran pemasaran hasil tangkap nelayan, tingkatan persepsi nelayan terhadap keberadaan lembaga pemasaran TPI pondok Mimbo, mengetahui saluran pemasaran serta efisiensi pemasaran hasil tangkap ikan nelayan, serta melihat strategi peningkatan peran lembaga pemasaran TPI Pondok Mimbo.

1.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana tingkatan peran TPI Pondok Mimbo terhadap pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo?
2. Bagaimana tingkatan persepsi masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo?
3. Bagaimana pola saluran dan tingkat efisiensi saluran pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan di wilayah penelitian?
4. Bagaimana strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

- 1 Mengetahui tingkatan peran TPI terhadap pemasaran hasil tangkapan ikan oleh nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.
- 2 Mengetahui tingkatan persepsi masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo.
- 3 Mengetahui pola saluran dan menilai tingkat efisiensi saluran pemasaran hasil tangkap ikan nelayan di wilayah penelitian.
- 4 Merumuskan strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo.

1.3.2 Manfaat

1. Dapat dijadikan sebagai penambahan informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan pemerintah daerah khususnya pengembangan TPI Pondok Mimbo.
2. Bagi peneliti, dapat dijadikan sebagai sumbangan keputusan bagi peneliti-peneliti sejenis dan saling berkaitan.
3. Bagi nelayan Pondok Mimbo, dapat dijadikan sebagai informasi sosial ekonomi masyarakat khususnya informasi peran lembaga pemasaran TPI serta efisiensi saluran pemasaran hasil tangkap ikan nelayan guna memudahkan pengembangan nelayan disana.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian Sudiono (2005) menyimpulkan bahwa adanya TPI di Cilacap yang didirikan pada tahun 1984 telah menjadikan pergeseran pola penjualan ikan yang bersifat tradisional menjadi pelelangan, hal ini berakibat harga ikan menjadi baik. Pendapatan nelayan dapat naik walau hasil tangkap ikan yang diperoleh sedikit, jika harga jual ikan baik. Hal ini dapat dikatakan peran TPI di Cilacap dapat merubah kebiasaan nelayan yang biasanya terpengaruh dengan keberadaan para *pengamba*' yang sering menyulitkan kesejahteraan nelayan.

Unit Pelaksana Teknis Dinas Tempat Pelelangan Ikan Popoh (TPI Popoh) sebagaimana dimaksud dalam peraturan Bupati Tulungagung nomor 45, tahun 2011, pasal 19 ayat 1 mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas Kelautan dan Perikanan di Bidang pelayanan penyediaan fasilitas kapal perikanan, penyelenggaraan pendaratan / pelelangan dan prasarana serta sarana usaha perikanan di pangkalan pendaratan ikan di popoh
Perda Bupati Tulungagung No 45 Tahun 2011:

1. Sarana pembinaan bagi masyarakat nelayan terhadap kebiasaan menabung dan asuransi
2. Membantu pendataan secara benar tentang volume ikan, jenis ikan dan harganya
3. Penyediaan bahan dan peralatan yang diperlukan nelayan, serta penyaluran kredit angsurannya
4. Sebagai pusat pelayanan bagi masyarakat nelayan dalam kaitannya dengan kelangsungan dan peningkatan usahanya

Fakta dilapang

1. Sarana pembinaan oleh kinerja TPI masih kurang, perlu dilakukan penegasan terhadap nelayan di popoh untuk wajib menabung.
2. Pendataan tentang volume ikan, jenis ikan dan harganya belum berjalan dengan baik, karena Pengontrol stabilitas harga ikan tidak terlaksana dengan baik, pelelangan yang ditawarkan di TPI popoh tidak berjalan secara murni

karena ada kerjasama antara beberapa pedagang yang menguasai harga di TPI popoh.

3. Sarana dan prasarana di TPI popoh masih kurang, alat pengeras suara belum ada dan jumlah alat timbang masih minim.
4. Fungsi TPI di popoh belum sesuai dengan Perda Bupati Tulungagung No 45, Tahun 2011. Kurangnya sarana dan prasarana Di TPI popoh untuk usaha nelayan.

Dari tabel diatas bisa disimpulkan bahwa dari fungsi Tempat Pelelangan Ikan Di popoh menurut undang – undang Perda Bupati Tulungagung dibandingkan dari kenyataan dilapang tidak sesuai dengan Undang – undang yang berlaku di Perda Bupati Tulungagung (Dianto. Dkk, 2015)

Berdasarkan penelitian Rismantoro (2012), yang berjudul Persepsi Nelayan Puger Terhadap Keberadaan TPI Puger di Desa Puger Kulon Kecamatan Puger menyebutkan bahwa Peran TPI Puger sebagai instansi formal yang fungsinya mempertemukan antara penjual dengan pembeli ikan dalam mekanisme lelang, serta TPI Puger merupakan salah satu lembaga pemasaran ikan formal yang mampu sebagai alternatif pemasaran yang lebih menguntungkan bagi nelayan ternyata tidak berperan secara optimal. Peran TPI Puger masih terhambat dengan keberadaan para *pengamba*'. Sehingga keberadaan *pengamba*' dapat mengakibatkan terhambatnya peran TPI yang semestinya dapat membantu meningkatkan kesejahteraan nelayan.

Penelitian Muchlisin, dkk. (2013) yang berjudul Persepsi Nelayan Terhadap Kebijakan Subsidi Perikanan dan Konservasi di Kabupaten Aceh Besar, Provinsi Aceh. Hasil yang didapatkan, nelayan di Kabupaten Aceh Besar umumnya berada diusia produktif (31-45 tahun). Sebagian besar nelayan pernah mendapatkan bantuan dari berbagai sumber baik dari pemerintah maupun lembaga swadaya masyarakat. Jenis bantuan yang umum diterima adalah dalam bentuk barang (*in kinds*) antara lain kapal, alat tangkap dan mesin kapal, sebagian kecil dalam bentuk uang tunai. Mayoritas responden menyatakan jenis bantuan yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan mereka sebagai nelayan dan sebagian besar nelayan tersebut masih mengharapkan agar kebijakan subsidi perikanan

tetap dilanjutkan. Terkait dengan isu perubahan iklim dan konservasi, sebagian besar nelayan menyatakan setuju dengan adanya kawasan konservasi di wilayah Kabupaten Aceh Besar. Namun, hampir sebagian besar responden mengaku belum pernah terlibat dalam kegiatan konservasi baik pelatihan maupun terlibat secara aktif di lapangan. Berdasarkan penelitian Muchlisin, dapat dikatakan bahwa adanya peran aktif pemerintah dalam melakukan bantuan dapat merubah persepsi masyarakat nelayan di Kabupaten Aceh Besar. Sedangkan pada kegiatan konservasi nelayan setuju dengan harapan adanya pelatihan-pelatihan sehingga keinginan nelayan terhadap perubahan iklim dan konservasi tidak mengganggu kegiatan ekonomi nelayan.

Berdasarkan penelitian Ismail dkk (2008) tentang Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Layang di Pelabuhan Kota Tegal. Penelitian ini menghasilkan lembaga pemasaran ikan layang segar yang teridentifikasi di TPI Pelabuhan Kota Tegal khususnya untuk pasar lokal adalah nelayan, TPI Pelabuhan, pedagang besar, pedagang kecil, pedagang pengecer, konsumen akhir. Hasil penelitian menemukan empat bentuk saluran pemasaran ikan layang segar di Kota Tegal. Skema jalur pemasaran ikan layang segar menunjukkan empat jalur distribusi yaitu: 1) nelayan – TPI pelabuhan Kota Tegal – pedagang besar – pedagang kecil – pedagang pengecer – konsumen akhir. 2) nelayan – TPI pelabuhan Kota Tegal – pedagang kecil – pedagang pengecer – konsumen akhir. 3) nelayan – TPI pelabuhan Kota Tegal – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen akhir. 4) nelayan – TPI pelabuhan Kota Tegal – pedagang besar – konsumen akhir. Hasil tersebut menunjukkan bahwa banyak sekali saluran pemasaran ikan yang dapat teridentifikasi, setiap saluran pemasaran selalu melibatkan lembaga TPI sebagai saluran pemasaran tingkat pertama setelah nelayan.

Berdasarkan penelitian Listianingsih (2008) tentang Sistem Pemasaran Hasil Perikanan dan Kemiskinan Nelayan di PPI Muara Angke, Kota Jakarta Utara. Hasilnya digambarkan alur pemasaran Ikan Kembung, Rajungan, dan Udang di Pelabuhan Pendaratan Ikan (PPI) Muara Angke, sebagai berikut:

1. Nelayan – (bakul kecil dan pedagang pengumpul)/TPI – pedagang pengecer – konsumen akhir;

2. Nelayan – (bakul kecil dan pedagang pengumpul)/TPI – pedagang pengumpul - restoran;
3. Nelayan – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen akhir;
4. Nelayan – pedagang pengumpul – restoran;
5. Nelayan – bakul kecil – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen akhir;
6. Nelayan – bakul kecil – pedagang pengumpul – restoran;

Ikan Kembung yang didaratkan di PPI Muara Angke ada yang mengalami proses lelang TPI dan ada yang langsung dijual dibakul atau pedagang pengumpul. Ikan kembung yang dipasarkan melalui TPI adalah ikan yang berasal dari nelayan kapal besar/nelayan nontradisional sedangkan ikan kembung yang dipasarkan langsung ke bakul/pedagang pengumpul adalah ikan yang berasal dari nelayan tradisional. Ikan dari pedagang pengumpul, akan dipasarkan ke pedagang pengecer dan restoran sebelum sampai ke konsumen akhir. Dari hasil penelitian saluran pemasaran yang terjadi terdapat dua tipe saluran, yang mana dari kedua tipe saluran tersebut terfokus pada keberadaan TPI, tipe pertama hasil tangkap ikan nelayan melewati lembaga pemasaran TPI, sedangkan tipe kedua hasil tangkap ikan nelayan tidak melewati lembaga pemasaran TPI.

Pusat Studi Terumbu Karang Universitas Hasanuddin (2002), tentang Efisiensi Pemasaran Ikan Hidup yang Terdapat dikawasan Taman Nasional Laut Taka Bonerate. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan lembaga pemasaran ikan hidup yang terdapat di kawasan Taman Nasional Laut Taka Bonerate terdiri pedagang pengumpul, *pongawa*, agen, pedagang besar, eksportir. Besarnya presentase efisiensi pemasaran setiap lembaga pemasaran tersebut, lembaga eksportir merupakan lembaga yang lebih efisien dengan presentasi efisien hanya 9,2% dibanding dengan *pongawa* yang mencapai presentase efisien pemasaran sebesar 48,4. Hal ini disebabkan karena besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh *pongawa* dibandingkan eksportir. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh *pongawa* disebabkan karena jarak pemasaran ikan krapu hidup. Selanjutnya diantara saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran ke IV dengan nilai efisiensi pemasaran rata-rata 46,7%. Saluran tersebut yaitu: pedagang

pengumpul lokal langsung pedagang antar pulau. Hasil tersebut menyatakan bahwa nilai efisiensi terpengaruhi oleh adanya biaya pemasaran, yang mana semakin tinggi biaya pemasaran yang dikeluarkan maka semakin rendah nilai efisiensinya. Sedangkan dalam efisiensi saluran pemasaran saluran yang terpendek dan dengan biaya terkecil yang menunjukkan tingkat efisiensi tertinggi.

Berdasarkan penelitian Ismail dkk (2008) yang berjudul Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Layang di Pelabuhan Kota Tegal yang mana terdiri dari empat lembaga yang terlibat yaitu nelayan, pedagang besar, pedagang kecil, dan pedagang pengecer. Berdasarkan hasil penelitian dari empat lembaga tersebut, maka lembaga pemasaran yang paling efisien dibandingkan dengan lembaga yang lainnya adalah pedagang pengecer. Hal ini ditunjukkan oleh biaya pemasaran yang kecil, sedangkan nilai produk yang dipasarkan paling besar. Dari penelitian tersebut, semakin kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan maka semakin tinggi nilai efisiensinya, dan lembaga yang paling efisien adalah.

Berdasarkan penelitian Fatih (2010) yang berjudul Strategi Pengembangan Agroindustri Perikanan Laut di Kabupaten Tuban. Mengenai teknik *Force Field Analysis* (FFA) faktor-faktor yang berperan dalam sistem tersebut terdiri dari faktor-faktor pendorong dan faktor-faktor penghambat. Berdasar hasil analisis faktor-faktor pendorong dan penghambat diperoleh nilai bobot faktor (TNB) dari keseluruhan total faktor pendorong adalah 0,0552 dan hasil analisis faktor-faktor penghambat diperoleh nilai total TNB sebesar 0,0537. Nilai total faktor pendorong 0,0552 lebih besar dari nilai total faktor penghambat 0,0537, dengan demikian pengembangan telah berada pada posisi kearah positif yang artinya agroindustri perikanan laut memiliki peluang pasar yang prospektif untuk mengembangkan usahanya. Faktor yang menjadi kunci pendorong antara lain: kekayaan komoditas laut melimpah dan beragam, pengolahan mudah, peluang ekspor, dan permintaan pasar cukup luas (domestik dan ekspor). Faktor yang menjadi kunci penghambat antara lain: perahu masih tradisional, kurangnya dukungan IPTEK dalam pelaksanaan usaha, mahalnya alat tangkap modern dan waktu produksi tergantung musim dan cuaca. Berdasarkan penelitian tersebut perumusan pengembangan agroindustri perikanan laut mengarah pada hal positif,

hal ini diperoleh dari hasil TNB serta nilai faktor pendorong lebih besar dari nilai total faktor penghambat, yaitu 0,0552 lebih besar dari 0,0537.

Penelitian Iestari (2014) tentang Kajian Efisiensi Biaya Budidaya dan Polapemasaran Gurame serta Strategi Pengembangannya, didapatkan bahwa dalam strategi pengembangan dengan menggunakan alat analisis FFA, dimana faktor pendorong dan faktor penghambatnya yaitu:

- (D1) Penguasaan teknik budidaya yang baik dan benar
- (D2) Perairan dan lingkungan yang sesuai dengan habitat ikan gurami
- (D3) Minat dan motivasi pembudidaya dalam melakukan usaha tinggi
- (D4) Kualitas dan mutu ikan gurami yang dihasilkan bagus
- (D5) Harga Ikan gurami relatif lebih tinggi dibandingkan dengan ikan air tawar lainnya
- (D6) Kemudahan pemasaran karena adanya kepastian pembeli yaitu tengkulak
- (H1) Modal terbatas milik sendiri
- (H2) Cuaca tidak menentu
- (H3) Tingginya biaya sapirodi dalam budidaya ikan gurami
- (H4) Harga ikan berfluktuatif
- (H5) Keterbatasan informasi pasar berkaitan harga jual
- (H6) Dukungan pemerintah kurang maksimal

Medan kekuatan faktor pendorong dan faktor penghambat budidaya ikan gurami di Desa Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember, Nilai kekuatan faktor pendorong dan penghambat ditunjukkan oleh nilai total nilai bobot (TNB) yang ditunjukkan pada tabel evaluasi faktor pendorong dan penghambat pengembangan budidaya ikan gurami di Desa Semboro. Berdasarkan medan kekuatan menunjukkan bahwa faktor pendorong tertinggi adalah penguasaan teknik budidaya yang baik dan benar dan faktor penghambat tertinggi adalah cuaca yang tidak menentu. Jumlah seluruh nilai TNB pendorong sebesar 7,07, sedangkan jumlah TNB penghambat sebesar 6,89. Berdasarkan nilai TNB, diketahui bahwa jumlah nilai TNB untuk faktor pendorong lebih besar dibandingkan dengan jumlah nilai TNB faktor penghambat. Hal ini berarti usaha budidaya ikan gurami di Desa Semboro memiliki peluang dan prospek usaha tersebut dikembangkan

atau berkembang. Pengembangan Usaha budidaya pemasaran ikan gurami di Desa Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember memiliki faktor kunci pendorong yang tertinggi dalam budidaya ikan gurami adalah penguasaan teknik budidaya yang baik dan benar sedangkan faktor kunci penghambat yang dalam budidaya ikan gurami adalah cuaca yang tidak menentu yang mengakibatkan ikan rentan terhadap penyakit dan virus. Strategi yang dapat digunakan untuk mendukung dalam pengembangan usaha budidaya gurami adalah dengan mengoptimalkan teknik budidaya yang baik agar dapat melakukan inovasi-inovasi dalam budidaya ikan gurami serta mengaktifkan kembali kelembagaan kelompok pembudidaya ikan yang sudah pernah ada dan memperluas jaringan pemasaran.

Ratnasari (2014), Analisis Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*) Kopi Arabika PT Indokom Citra Persada di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian Ratnasari menjelaskan bahwa, strategi peningkatan daya saing pada ekspor kopi arabika pada PT Indokom Citra Persada menunjukkan analisis FFA dengan faktor pendorong dan faktor penghambat sebagai berikut:

- D₁ : Adanya kemitraan strategis antara PT. ICP dengan petani kopi arabika sebagai supplier
- D₂ : Jaringan Pasar PT. ICP yang luas dan dipercaya pembeli kopi di pasar domestik dan internasional
- D₃ : Adanya dukungan dari pemerintah terkait kebijakan perdagangan Kopi
- D₄ : Peran aktif kelembagaan swadaya masyarakat kopi yang berperan memotivasi petani
- D₅ : Kualitas sumber daya manusia, sarana, dan fasilitas fisik yang memadai dalam mendukung kegiatan operasional ekspor kopi
- H₁ : Tingkat harga kopi arabika yang relative berfluktuatif
- H₂ : Rendahnya produktivitas (kuantitas dan mutu) kopi akibat anomaly cuaca & masih kurang baiknya penerapan teknik budidaya kopi
- H₃ : Meningkatnya daya saing Negara produsen kopi dunia seperti Vietnam, Brazil, Kolombia, dsb.
- H₄ : Munculnya banyak pesaing bisnis dalam mendapatkan pasok kopi dari petani

Ratnasari juga menjabarkan berdasarkan analisis medan kekuatan (FFA), maka ditentukan faktor pendorong kunci dan faktor penghambat kunci dalam peningkatan daya saing bisnis ekspor kopi arabika PT. ICPS. Faktor pendorong kunci adalah adanya kemitraan strategis antara PT. ICP dengan petani kopi arabika sebagai supplier, dengan nilai total bobot (TNB) tertinggi yaitu sebesar 1,52, sedangkan faktor penghambat kunci adalah rendahnya produktivitas (kuantitas dan mutu) kopi akibat anomaly cuaca & masih kurang baiknya penerapan teknik budidaya kopi dengan nilai total bobot (TNB) tertinggi 1,79. Strategi yang dapat dirumuskan dalam upaya peningkatan daya saing bisnis kopi arabika adalah dengan mengoptimalkan faktor pendorong dan meminimalisir faktor penghambat tersebut.

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Karakteristik Masyarakat Pesisir

Sosial budaya masyarakat maritim dipengaruhi oleh kondisi geografis pesisir dan mata pencaharian penduduk pesisir sebagai pengelola sumber daya kelautan-perikanan laut, khususnya sebagai nelayan. Kontruksi geografi Negara maritime berbeda dengan kontruksi Negara pantai, yaitu Negara yang memiliki garis pantai karena sebagian besar wilayah negaranya berbatasan langsung dengan laut. Ciri-ciri perilaku sosial budaya masyarakat pesisir yaitu: 1) memiliki etos kerja tinggi, 2) kompetitif dan individualistik, 3) berorientasi prestasi dan menghargai keahlian, 4) terbuka dan ekspresif, 5) solidaritas sosial yang tinggi, 6) konsumtif, 7) demonstratif dalam harta benda (emas, prabotan rumah, bangunan rumah dan sebagainya), 8) relasi *patron-klien* yang kuat (Wiyata, 2005).

Hubungan *patron-klien* merupakan kasus khusus hubungan antara dua orang yang sebagian besar melibatkan persahabatan instrumental. Seseorang yang memiliki kedudukan sosialnya (*patron*) lebih tinggi menggunakan pengaruh dan sumber daya yang dimilikinya untuk memberikan perlindungan atau keuntungan, atau kedua-duanya kepada orang yang kedudukannya (*klien*) lebih rendah. Pada gilirannya, *klien* membalas pemberian tersebut dengan memberikan dukungan

yang umum dan bantuan, termasuk jasa-jasa pribadi kepada patron. Pada dasarnya, hubungan patron klien berkenaan dengan (Scott dalam Kusnadi, 2002):

1. Hubungan diantara para pelaku atau perangkat para pelaku yang menguasai sumber daya tidak sama;
2. Hubungan yang bersifat khusus (*particularistic*), hubungan pribadi, dan sedikit banyak mengandung kemesraan (*affectivity*);
3. Hubungan yang berdasarkan asas saling menguntungkan serta saling member dan menerima (*take and give*).

Siswanto (2008) menyatakan ditengah serba keterbatasan, berkembang karakteristik individual dan sosial positif yang berkaitan dengan moral ekonomi nelayan, seperti pekerja keras, semangat pantang menyerah, berani mengambil resiko, saling menyanggah kepercayaan, jujur pada rekan-rekan kerjanya dan lain-lain yang menunjang perkembangan diri dan menunjang kemampuan bertahan hidup. Gambaran kerja keras dan semangat pantang menyerah nelayan, keluarga dan pedagang ikan banyak ditemui di wilayah masyarakat nelayan yaitu masyarakat pesisir. Disisi lain, nelayan identik dengan keterbatasan aset, lemahnya kemampuan modal, posisi tawar dan akses pasar. Usaha perikanan tangkap hanya mampu memenuhi kebutuhan dasar bahkan sering kali kurang. Situasi lingkungan seiring dengan dinamika dan perubahan nasional dan global yang tidak menentu, tidak memihak kaum miskin atau bahkan meminggirkan secara ekonomi dan politik. Kemiskinan masyarakat nelayan tergambar dari kondisi rumah yang tidak layak.

Bentuk dan fungsi jaringan sosial masyarakat pesisir guna mengatasi ketidakpastian pendapatan dan kesulitan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, berupa jaringan sosial horizontal dan vertikal. Di dalam jaringan sosial horizontal, anggota-anggotanya memiliki status sosial-ekonomi yang sepadan. Sedangkan dalam jaringan sosial vertical, anggota-anggotanya tidak memiliki status sosial-ekonomi yang sepadan. Jaringan sosial yang bersifat horizontal terdiri atas (a) jaringan kerabat dan (b) jaringan campuran kerabat dan tetangga. Jaringan sosial yang bersifat vertikal terdiri atas (a) jaringan kerabat (b) jaringan tetangga (c) jaringan campuran kerabat dan tetangga (d) jaringan campuran tetangga dan

teman, dalam hubungan sosial vertikal terdapat di dalamnya hubungan-hubungan sosial yang bersifat *patron-klien*. Karakteristik masyarakat pesisir secara umum yaitu (Kusnadi, 2000):

a. Penduduk dan mata pencahariannya

Masyarakat pesisir pada umumnya sebagian besar penduduknya bermatapencaharian disektor pemanfaatan sumberdaya kelautan. Akan tetapi, sebagian kecil masyarakat pesisir bermata pencaharian sebagai pedagang atau petani.

b. Pola pemukiman dan kehidupan sehari-hari

Berdasarkan kondisi fisiknya rumah pesisir dibagi menjadi tiga katagori:

1. Rumah permanen (memenuhi syarat kesehatan)
2. Rumah semi permanen (cukup memenuhi syarat kesehatan)
3. Rumah nonpermanen (kurang atau tidak memenuhi syarat kesehatan)

c. Sistem kekerabatan

Hubungan sosial antar kerabat dalam masyarakat pesisir masih cukup kuat. Perbedaan status ekonomi yang mencolok antar kerabat tidak dapat menjadi penghalang terciptanya hubungan sosial yang akrab diantara mereka.

d. Ekonomi lokal

Sumberdaya laut adalah potensi utama yang menggerakkan kegiatan ekonomi desa. Secara umum kegiatan ekonomi tinggi rendahnya ditentukan oleh produktivitas perikanan. Jika produktivitas tinggi, tingkat penghasilan nelayan akan meningkat sehingga daya beli masyarakat semakin besar. Sebaliknya, jika produktivitas rendah, tingkat penghasilan nelayan akan menurun sehingga tingkat daya beli masyarakat rendah. Kondisi demikian sangat mempengaruhi kuat lemahnya kegiatan perekonomian desa.

Kusnadi (2009), secara geografis, masyarakat nelayan adalah masyarakat yang hidup, tumbuh dan berkembang di kawasan pesisir, yakni suatu kawasan transisi antara wilayah darat dan laut. Sebagai suatu sistem, masyarakat nelayan terdiri atas kategori-kategori sosial yang membentuk kesatuan sosial. Mereka juga memiliki sistem nilai dan simbol-simbol kebudayaan sebagai referensi perilaku mereka sehari-hari. Faktor kebudayaan ini menjadi pembeda masyarakat nelayan

dari kelompok sosial lainnya. Sebagian besar masyarakat pesisir, baik langsung maupun tidak langsung, menggantungkan kelangsungan hidupnya dari mengelola potensi sumber daya perikanan. Mereka menjadi komponen utama konstruksi masyarakat maritim Indonesia. Seperti juga masyarakat lainnya, masyarakat nelayan menghadapi sejumlah masalah politik, social, dan ekonomi yang kompleks. Masalah-masalah tersebut diantaranya adalah sebagai berikut: (1) kemiskinan, kesenjangan social, dan tekanan-tekanan ekonomi yang datang setiap saat, (2) keterbatasan akses modal, teknologi, dan pasar sehingga memengaruhi dinamika usaha, (3) kelemahan fungsi kelambagaan sosial yang ada, (4) kualitas SDM yang rendah sebagai akibat keterbatasan akses pendidikan, kesehatan dan pelayanan publik, (5) degradasi sumber daya lingkungan, baik dikawasan pesisir, laut, maupun pulau-pulau kecil, dan (6) belum kuatnya kebijakan yang berorientasi pada kemaritiman sebagai pilar utama pembangunan nasional.

2.2.2 Tempat Pelelangan Ikan

Menurut Siswanto (2008) bagi pemerintah, ikan merupakan sumber daya potensial untuk pembiayaan pembangunan. Pemerintah lokal bisa memperolehnya melalui pemungutan pajak/retribusi atas transaksi perdagangan ikan di TPI. TPI pula memiliki variasi dan banyaknya kelompok kepentingan atas ikan tampak jelas. TPI selalu ramai dengan kegiatan transaksi perdagangan ikan dengan corak kehidupan ekonomi-politik dan dinamika yang khas. TPI juga melaksanakan fungsi proteksi terhadap pelaku-pelaku didalamnya. TPI mendorong mekanisme pasar yang adil dengan penentuan batas atas dan batas bawah harga ikan. Tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan nelayan.

TPI ditetapkan dalam peraturan, berdasarkan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor Per. 16/MEN/2006 (2006) tentang pelabuhan perikanan, fungsi dan peran Pelabuhan Perikanan adalah sebagai pusat penanganan dan pemasaran ikan hasil tangkapan. Setelah ikan hasil tangkapan tersebut ditangani dengan baik, maka ikan hasil tangkapan tersebut dapat dipasarkan atau didistribusikan. Salah satu upaya pengoperasionalan pelabuhan perikanan adalah mengembangkan pelabuhan perikanan sebagai pusat penanganan dan pemasaran

ikan (*central market*), di tempat inilah terjadi pertemuan dan transaksi antara produsen/nelayan dengan konsumen/pedagang. Oleh karena itu, dalam suatu kompleks pelabuhan perikanan, fasilitas utama selain bangunan laut juga dilengkapi dengan bangunan Tempat Pelelangan Ikan (TPI).

2.2.3 Konsep Persepsi

Menurut Siagin (2004), persepsi merupakan apa yang dilihat seseorang belum tentu sama dengan fakta yang sebenarnya. Secara umum ada tiga faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

1. Dari orang yang bersangkutan sendiri. Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya. Karakteristik yang berpengaruh seperti sikap, motif, kepentingan minat, pengalaman dan harapan.
2. Sasaran persepsi tersebut. Sasaran yang dimaksud adalah berupa orang, bentuk atau peristiwa.
3. Faktor situasi. Secara konseptual adalah situasi persepsi itu timbul karena mendapat perhatian.

Rahmat (2007), menyatakan bahwa selain pengertian tersebut persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Faktor yang berpengaruh seperti faktor personal seperti pengalaman, motivasi dan keperibadian serta faktor situasional. Persepsi dibagi menjadi dua yaitu faktor fungsional dan faktor struktural.

1. Faktor fungsional

Faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang di sebut sebagai faktor-faktor personal. Faktor fungsional yang menentukan persepsi adalah objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Menentukan persepsi bukan bentuk atau stimulus tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut.

2. Faktor struktural

Faktor struktural adalah faktor-faktor yang berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik terhadap efek-efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu.

Menurut Makmuri (2008), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi persepsi. Faktor-faktor tersebut yang akan mendorong seseorang merespon sebuah masukan yang nantinya muncul persepsi, faktor tersebut yaitu:

1. Pelaku persepsi: penafsiran seorang individu pada suatu objek yang dilihatnya akan sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi sendiri, diantaranya sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu dan pengharapan. Kebutuhan atau motif yang tidak dipuaskan akan merangsang individu dan mempunyai pengaruh yang kuat pada persepsi pelaku.
2. Target atau objek persepsi: gerakan, bunyi, ukuran, dan atribut-atribut lain dari target akan membentuk cara kita memandangnya.
3. Situasi.

Hamzah, dkk (2006) juga menyatakan faktor yang mempengaruhi persepsi petani yaitu dalam diri sendiri (umur, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga dan pengalaman usahatani), lingkungan (dukungan masyarakat sosial) serta pemasaran hasil produksi. Umur petani akan mempengaruhi pengetahuan fisik dan merespon terhadap terhadap hal-hal yang baru dalam menjalankan produksi. Tingkat pendidikan sangat berpengaruh dalam merespon suatu inovasi. Jumlah tanggungan keluarga merupakan sumber tenaga kerja dalam melaksanakan produksi. Pengalaman dalam memproduksi berpengaruh terhadap daya respon, tanggapan, penerimaan suatu informasi teknologi, semakin lama pengalaman, maka tingkat respon terhadap teknologi akan semakin tinggi.

Berbagai teori menjelaskan persepsi mempunyai sifat subjektif, karena bergantung pada kemampuan dan keadaan dari masing-masing individu, sehingga akan ditafsirkan berbeda oleh individu yang satu dengan yang lain. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran, atau penginterpretasian terhadap apa yang dilihat,

didengar, atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

Penelitian tentang Persepsi Masyarakat dalam Pelaksanaan Pembangunan Politik di Kabupaten Tuban Guna yang dilakukan oleh Setiyana (2007) menjelaskan gambaran secara jelas mengenai persepsi masyarakat tuban, maka indikator-indikator yang digunakan menyangkut indra dan aksi masyarakat yaitu: kognisi (pengetahuan), afeksi (sikap/perasaan, emosi), psikomotorik (perilaku).

Nenci (2014), kognisi adalah kepercayaan seseorang tentang sesuatu yang didapatkan dari proses berfikir tentang seseorang atau sesuatu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktivitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, membayangkan dan berbahasa. Kapasitas atau kemampuan kognisi biasa diartikan sebagai kecerdasan atau intelegensi. Bidang ilmu yang mempelajari kognisi beragam, diantaranya adalah psikologi, filsafat, neurosains, serta kecerdasan buatan. Kepercayaan atau pengetahuan seseorang tentang sesuatu dipercaya dapat memengaruhi sikap mereka dan pada akhirnya memengaruhi perilaku atau tindakan mereka terhadap sesuatu. Mengubah pengetahuan seseorang akan sesuatu dipercaya dapat mengubah perilaku mereka. Neisser (1979) dalam Nenci (2014) menyatakan bahwa kognisi adalah kegiatan organisme (manusia) untuk mengetahui, memperoleh, mengorganisasikan dan menggunakan pengetahuan. Ellis dan Hant (1993) dalam Nenci (2014), studi tentang proses mental manusia. Anderson (1995) dalam Nenci (2014), IP yang mencoba memahami mekanisme-mekanisme dasar yang melandasi pikiran manusia. Stenberg (1999) dalam Nenci (2014), berkaitan dengan bagaimana orang mempersepsi, mempelajari, mengingat dan memikirkan informasi. Solso (2001) dalam Nenci (2014), studi ilmiah tentang jiwa yang berpikir dan berkaitan dengan : (a) bagaimana kita memperhatikan dan memperoleh informasi, (b) bagaimana informasi disimpan dan diproses dalam otak, (c) bagaimana memecahkan masalah, berfikir dan merumuskan bahasa.

Menurut Sukardi (2008) dalam Sukanti (2008), Afektif berhubungan dengan emosi seperti perasaan, nilai, apresiasi, motivasi dan sikap. Terdapat lima kategori utama afektif dari yang paling sederhana sampai kompleks yaitu:

penerimaan, tanggapan, penghargaan, pengorganisasian, dan karakterisasi berdasarkan nilai-nilai atau internalisasi nilai. Zaenal Arifin. (2009) dalam Sukanti (2008) menjelaskan ada dua hal yang berhubungan dengan penilaian afektif yang harus dinilai. Pertama, kompetensi afektif yang ingin dicapai dalam pembelajaran meliputi tingkatan pemberian respons, apresiasi, penilaian dan internalisasi. Kedua, sikap dan minat peserta didik terhadap mata pelajaran dan proses pembelajaran. Dalam proses pembelajaran terdapat empat tipe karakteristik afektif yang penting yaitu sikap, minat, konsep diri dan nilai. Sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon secara positif atau negatif terhadap suatu objek, situasi, konsep atau orang.

Sagala (2010:33) dalam Prasetya (2012), dimana ranah kognitif meliputi pengetahuan, pemahaman, aplikasi, analisis, sintesis dan evaluasi. Ranah selanjutnya adalah pada ranah psikomotor yang meliputi persepsi, kesiapan, respon terbimbing, mekanisme, respon kompleks, adaptasi dan organisasi, dimana indikator hasil belajar dari aspek psikomotor adalah mempertontonkan gerak, menyusun dan menghubungkan. Hasil belajar psikomotor tampak dalam bentuk keterampilan (*skill*) dan kemampuan bertindak individu. Menurut Sudjana (2010:30) dalam Prasetya (2012) ada enam tingkatan keterampilan yaitu: (1) gerakan refleks atau gerakan yang tidak sadar, (2) keterampilan gerakan dasar, (3) kemampuan perseptual untuk membedakan auditif dan motoris, (4) kemampuan dibidang fisik (kekuatan, keharmonisan dan ketepatan), (5) gerakan *skill* mulai sederhana sampai kompleks dan (6) kemampuan yang berkenaan dengan komunikasi gerakan ekspresif dan interpretatif. Sementara Gronlund dan Linn dalam Purwanto, (2010: 53) dalam Prasetya (2012) mengklasifikasi hasil belajar psikomotorik menjadi enam yaitu: persepsi, kesiapan, gerakan terbimbing, gerakan terbiasa, gerakan kompleks dan kreativitas.

Kast dan Rosenzweig (1990) juga menyatakan persepsi sebagai dasar untuk mengetahui sikap dan perilaku individu yang meliputi aspek kognitif dan penafsiran obyek, pemahaman, penilaian dengan tanggapan pada benda, orang atau peristiwa yang dipandang dari sudut pengalaman individu yang bersangkutan.

2.2.4 Teori Peran dan Kelembagaan

Menurut The Liang Gie dalam Tangkilisan (2007) secara sosiologi peran adalah dinamisasi dari status atau penggunaan hak-hak dan kewajiban, atau bisa juga disebut status subjektif. Kemudian status sendiri merupakan kedudukan seseorang yang terlepas dari individunya. Jadi, status merupakan kedudukan subjektif dengan kata lain merupakan kedudukan dari peran itu sendiri, yang memberikan hak dan kewajiban pada apa yang memiliki kedudukan tersebut. Senada dengan pendapat Soekanto dalam Tangkilisan (2007) yang mengatakan peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status).

Peran TPI merupakan suatu lembaga yang memiliki peran yang jelas, yang mana TPI merupakan bagian dari pelabuhan perikanan. Menurut menurut Penjelasan atas UU RI No. 31 Tahun 2004 tentang perikanan pada pasal 41 ayat 1: “Dalam rangka pengembangan perikanan, Pemerintah membangun dan membina pelabuhan perikanan yang berfungsi antara lain sebagai tempat tambat labuh kapal perikanan, tempat pendaratan ikan, tempat pemasaran dan distribusi ikan, tempat pelaksanaan pembinaan mutu hasil perikanan, tempat pengumpulan data tangkapan, tempat pelaksanaan penyuluhan serta pengembangan masyarakat nelayan, dan tempat untuk memperlancar kegiatan operasional kapal perikanan.” Berdasarkan peraturan tersebut, maka tugas pelabuhan perikanan adalah untuk melaksanakan pengelolaan sarana pelabuhan, melaksanakan pelayanan dalam hal keperluan bahan bakar dan perbekalan kapal perikanan serta mengadakan bimbingan dan pengembangan daerah pelabuhan. Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) dalam menjalankan fungsinya dilengkapi dengan Tempat Pelelangan Ikan (TPI), pasar ikan (*fish market*) untuk menampung dan mendistribusikan hasil penangkapan baik yang dibawa melalui laut maupun jalan darat.

Schid dalam Wahyuni (2005) mengartikan kelembagaan sebagai aturan main dan organisasi, kelembagaan sebagai perangkat yang terdiri dari hubungan-hubungan yang teratur antara orang-orang yang mendefinisikan hak-hak, keterbukaan terhadap hak orang lain, hak-hak khusus, serta tanggung jawab. Oleh karena itu kelembagaan merupakan sistem organisasi dan control masyarakat

terhadap sumber daya. Sebagai organisasi, kelembagaan diartikan sebagai wujud kongkrit yang membungkus aturan main, seperti pemerintah bank, koperasi dll.

Beberapa faktor pembentukan kelembagaan menentukan stabilitas dan dinamika perekonomian. Beberapa aspek dari kelompok, kolektif, atau tingkah laku sosial yang mempengaruhi dan mengontrol tingkah laku individu dapat dilukiskan sebagai faktor-faktor kelembagaan. Bentuk kelembagaan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu kelembagaan primer yang mencakup pemerintah, kekayaan, industri, pendidikan, agama, dan keluarga, selanjutnya kelembagaan sekunder yang mencakup kelembagaan sosial lainnya. Aspek kelembagaan merupakan syarat pokok yang diperlukan agar struktur pembangunan pedesaan dikatakan maju. Struktur pedesaan maju, tiga di antara lima syarat pokok dikategorikan aspek kelembagaan, antara lain pasar (untuk membeli saprotan, menjual hasil, dan membeli kebutuhan konsumsi), pelayanan penyuluhan (untuk menerapkan teknologi baru), dan lembaga perkreditan (yang tepat waktu dan harga, serta mudah mendapatkannya) (Hanafie, 2010).

Kelembagaan pemasaran atau tataniaga memiliki peran dalam saluran pemasaran. Berbagai badan atau lembaga yang menyelenggarakan penyaluran barang dari produsen ke konsumen merupakan saluran pemasaran. Setiap macam hasil peertanian mempunyai saluran pemasaran yang berlainan satu dengan lainnya. Saluran pemasaran suatu barang dapat berubah dan berbeda bergantung kepada keadaan daerah, waktu serta kemajuan teknologi. Peran lembaga tataniaga mendistribusikan produk dari produsen hingga konsumen akhir sesuai fungsi dan tujuan lembaga tataniaga tersebut (Soetrisno dkk, 2002).

Perusahaan atau organisasi yang terlibat dalam pemasaran membentuk saluran pemasaran. Kumpulan perusahaan tersebut lebih sekedar dari kumpulan perusahaan yang terikat bersama-sama oleh berbagai macam aliran barang. Perusahaan tersebut merupakan sistem-sistem perilaku yang rumit dimana orang dan perusahaan berinteraksi untuk mencapai sasaran individu, perusahaan dan saluran distribusi. Sebagai sistem distribusi hanya berisikan interaksi informal antara perusahaan-perusahaan yang diorganisasikan dengan longgar, sedang

yang lain berisikan interaksi formal yang dipadukan oleh struktur organisasi yang kuat (Sunarto, 2004).

Secara luas, terdapat dua golongan besar lembaga-lembaga pemasaran yang mengambil bagian dalam saluran distribusi, yaitu: perantara pedagang dan perantara agen. Istilah pedagang merupakan untuk memberikan gambaran bahwa usahanya mempunyai hubungan erat dalam pemilikan barang. Mereka berhak memiliki barang-barang yang dipasarkan, meskipun kepemilikannya tidak secara fisik. Pedagang dapat digolongkan dalam tiga macam, yaitu produsen, pedagang besar dan pengecer. Berbeda dengan agen, agen dapat didefinisikan lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan (Swastha, 1981).

Guna dapat menentukan peran lembaga indikator kinerja merupakan sarana atau alat (*means*) untuk mengukur hasil suatu aktivitas, kegiatan, atau proses, dan bukan hasil atau tujuan itu sendiri (*ends*). Peran indikator kinerja bagi organisasi sektor publik adalah memberikan tanda atau rambu-rambu bagi manajer dan pihak luar untuk menilai kinerja organisasi. Indikator kinerja akan bermanfaat apabila digunakan untuk mengukur sesuatu. Dengan demikian peran utama indikator kinerja adalah alat sebagai pengukur kinerja (Mahmudi, 2010).

Menurut Mahmudi (2010). dalam suatu lembaga penentuan indikator berdasarkan dengan pembuatan indikator *input* dan *output* memerlukan pemahaman mengenai konsep dasar *input* dan *output* sebagai komponen dasar kedua dari sistem pengukuran kinerja, untuk itu dapat diketahui mengenai deskripsi dari ketiga unsur tersebut, yaitu:

- 1) *Input*, *Input* adalah semua jenis sumber daya masukan yang digunakan dalam suatu proses tertentu untuk menghasilkan *output*. *Input* tersebut dapat berupa bahan baku untuk proses, orang (tenaga, ketrampilan dan keahlian), infrastruktur seperti gedung dan peralatan, teknologi (*hardware* dan *software*). Pengukuran input adalah pengukuran sumber daya yang dikonsumsi oleh suatu proses dalam rangka menghasilkan output. Proses tersebut dapat berbentuk program atau aktivitas. Ukuran input mengindikasikan jumlah sumber daya

yang dikonsumsi untuk suatu program, aktivitas dan organisasi. Pengukuran input dilakukan dengan cara membandingkan input sekunder dengan input primer. Dengan kata lain, pengukuran input adalah untuk mengetahui harga per unit input.

- 2) *Output*, *Output* adalah hasil langsung dari suatu proses. Pengukuran *output* merupakan pengukuran keluaran langsung dari suatu proses. Ukuran output menunjukkan hasil implementasi program atau aktivitas. Pengukuran *output* ini berbentuk kuantitatif dan keuangan atau kuantitatif nonkeuangan. Setelah penentuan indikator *input* dan *output* selesai dilakukan tahap berikutnya, yaitu mendesain pengukuran ekonomi dan efisiensinya. Ukuran ekonomi mengindikasikan alokasi biaya, yaitu mengukur biaya input.

Penelitian dari Suardi (2016) tentang potensi dan peran kelembagaan pertanian dalam perlindungan lahan pertanian pangan di Provinsi Bali. Fungsi kelembagaan pertanian dalam perlindungan lahan pertanian pangan yaitu, binaan, pelayanan, dan usaha. Selanjutnya berdasarkan hasil curah pendapat (*brain storming*) para ahli melalui forum *expert meeting* dengan teknik diskusi kelompok terarah (*FGD*), ditetapkan kelembagaan pertanian yang terkait dengan perlindungan lahan pertanian pangan meliputi: (1) instansi pertanian; (2) kios pertanian; (3) lembaga perkreditan; (4) koperasi petani; (5) kelompok tani; dan (6) subak. Berdasarkan hasil penelitian, secara umum kelembagaan pertanian kurang berperan dalam upaya-upaya perlindungan lahan pertanian pangan (skor 51,57). Dua kelembagaan pertanian yaitu instansi pertanian dan subak menunjukkan peran yang cukup dalam perlindungan lahan pertanian pangan dengan skor masing-masing 53,87 dan 54,32. Kelembagaan lainnya seperti: kios pertanian, lembaga perkreditan, koperasi petani, dan kelompok tani sama-sama kurang berperan dalam upaya perlindungan lahan pertanian pangan. Secara umum, parameter-parameter kelembagaan pertanian yang berkaitan dengan ketentuan pelarangan alih fungsi lahan rata-rata mengindikasikan tidak adanya ketentuan yang secara eksplisit melarang terjadinya alih fungsi lahan pertanian pangan. Demikian juga pada struktur organisasi kelembagaan pertanian, tidak tampak

adanya substruktur yang berperan mengkoordinasikan pengendalian pemanfaatan lahan pertanian pangan.

2.2.5 Teori Pasar dan Pemasaran

Konsep pertukaran dan hubungan mengarahkan pada konsep sebuah pasar. Pasar merupakan seperangkat pembelian aktual dan potensial dari sebuah produk. Pembeli memiliki kebutuhan atau keinginan sama yang dapat dipuaskan lewat pertukaran dan hubungan. Ukuran pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki sumber daya untuk terlibat dalam pertukaran dan mau menawarkan sumber-sumber daya dalam pertukaran yang diinginkan. Istilah pasar berarti tempat pertemuan pembeli dan penjual untuk menukarkan barang-barang. Ekonom mengartikan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi, sedangkan pemasar memandang penjual sebagai industri dan pembeli sebagai pasar. Penjual dan pembeli dihubungkan oleh empat aliran: penjual mengirimkan produk, jasa, dan komunikasi di pasar, sebagai gantinya mereka menerima uang dan informasi. Putaran bagian dalam menunjukkan pertukaran uang atas barang, sedangkan putaran bagian luar menunjukkan putaran informasi (Sunarto, 2004).

Sunarto (2004), juga menjabarkan pemasaran merupakan memuaskan kebutuhan pelanggan. Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Jadi pemasaran tidak hanya “penjualan dan pengiklanan” yang mana penjualan dan periklanan hanyalah puncak pemasaran dari bauran pemasaran.

Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Semua kegiatan pemasaran adalah ditunjukkan agar produknya dapat diterima dan kemudian disenangi oleh pasar. Produk yang diterima oleh pasar berarti produk tersebut laku dijual. Kegiatan pemasaran agar supaya dapat berjalan sesuai keinginan dan tujuan maka diperlukan adanya kegiatan manajemen, yaitu melakukan perencanaan, melakukan pengorganisasian, melakukan koordinasi

kerja serta melakukan pengawasan. Pengertian pasar sendiri dalam pengertian pemasaran merupakan orang-orang ataupun organisasi yang mempunyai kebutuhan akan produk yang dipasarkan dan memiliki daya beli yang cukup guna memenuhi kebutuhan mereka (Gitusudarmo, 2000).

A. Fungsi Pemasaran

Aliran produk pertanian dari produsen sampai ke konsumen akhir disertai peningkatan nilai guna komoditi-komoditi pertanian. Peningkatan nilai guna ini terwujud apabila lembaga pemasaran melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran atas komoditi tersebut. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran pada prinsipnya terdapat 3 tipe fungsi pemasaran, tiga tipe tersebut yaitu (Sudiyono, 2002):

1. Fungsi pertukaran
 - a. Pembelian
 - b. Penjualan
2. Fungsi fisik
 - a. Penyimpanan
 - b. Transportasi
 - c. pengolahan
3. Fungsi fasilitas
 - a. Informasi pasar
 - b. Penanggungan resiko
 - c. Standarisasi dan pengolahan mutu
 - d. Pembiayaan

Proses penyimpanan suatu barang dari produsen ke konsumen diperlukan fungsi-fungsi pemasaran yang bertujuan untuk memperlancar kegiatan tersebut. Adapun fungsi-fungsi pemasaran meliputi (Said, 2001):

1. Fungsi pertukaran, yaitu kegiatan untuk memperlancar hak milik atas barang dari penjual kepada pembeli yang terdiri dari fungsi penjualan dan fungsi pembelian.
2. Fungsi fisik, yaitu tindakan yang langsung berhubungan dengan barang sehingga menimbulkan kegunaan tempat, kegunaan bentuk dan kegunaan

waktu, yang terdiri dari fungsi penyimpanan, fungsi pengangkutan dan fungsi pengolahan.

3. Fungsi fasilitas, yaitu tindakan yang memperlancar kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dan konsumen yang terdiri dari fungsi standarisasi dan *grading*, fungsi penanggulangan resiko, fungsi pembiayaan, fungsi pengangkutan dan fungsi pengolahan.

2.2.6 Teori Analisis FFA

Force Field Analysis atau analisis medan kekuatan adalah suatu alat yang tepat digunakan dalam strategi dan pengembangan. Menurut Sckhain dalam Sianipar (2003) mengatakan organisasi harus terus menerus melakukan adaptasi eksternal dan integrasi internal. Individu-individu berintegrasi melakukan perubahan atau membuat diversifikasi agar selalu sesuai dengan tuntutan lingkungan. Mengubah tingkah laku dan memanfaatkan energi individu dalam memenuhi tuntutan lingkungan, dengan demikian organisasi akan memiliki keunggulan dalam semua kondisi. Guna menghadapi kondisi yang kontradiktif tersebut, maka perlu dilakukan analisis medan kekuatan (FFA) agar diketahui faktor-faktor yang mendorong dan menghambat.

Tahap-tahap yang dilakukan dalam analisis FFA adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah berdasarkan isu strategis. Isu strategis ini dapat menyangkut aspek keadaan, aspek kegiatan, aspek permodalan, serta aspek usaha anggota.
2. Menganalisis masalah dan mengidentifikasi berbagai kekuatan pendorong dan kekuatan penghambat.
3. Memberikan penilaian skala prioritas terhadap setiap faktor pendorong dan penghambat.

Menurut Kurt Lewin (1997) dalam Nash (2008), *Force Field Analysis* adalah metode untuk mendaftar, membahas, dan menilai berbagai kekuatan dan hambatan perubahan yang diusulkan. Metode ini membantu untuk melihat gambaran besar dengan menganalisis semua kekuatan berdampak pada perubahan dan beratnya mencapai pro dan kontra. Setelah mengidentifikasi ini, maka dapat

dilakukan pengembangan strategi untuk mengurangi dampak dari kekuatan yang berlawanan dan memperkuat kekuatan pendukung. Sebuah alat membangun tim yang efektif, hal ini sangat berguna ketika seseorang ingin mengatasi resistensi untuk berubah. Kekuatan yang membantu mencapai perubahan disebut 'kekuatan pendorong'. Kekuatan yang bekerja melawan perubahan disebut 'kekuatan penghambat'. Pendekatan ini dapat membantu dengan cepat untuk mengidentifikasi orang, masalah atau hal-hal yang mungkin memerlukan rencana untuk perbaikan. Untuk membuatnya bekerja, maka perlu dilakukan tindakan identifikasi masalah yang ada. *Force Fields Analysis* adalah suatu alat yang tepat digunakan dalam merencanakan perubahan. Hanya organisasi yang mampu belajar dari pengalaman dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang tetap eksis, maju, dan berkembang. Individu-individu berintegrasi melakukan perubahan-perubahan atau

Force Field Analysis (FFA) atau analisis medan kekuatan adalah suatu alat yang tepat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan pendorong dan faktor-faktor dilapangan yang dapat menopang terhadap solusi permasalahan, sehingga hal-hal positif dapat diaplikasikan dan atau yang negatif dapat dihilangkan atau dikurangi. Penggunaan analisis FFA pada dasarnya tidak terlalu rumit, adapun cara melakukan FFA pada suatu usaha adalah mengemukakan semua hal yang positif maupun negatif untuk dibandingkan, memaksa orang untuk memikirkan bersama tentang aspek dari perubahan yang diinginkan, memberanikan orang untuk menyetujui faktor-faktor prioritas yang terkait dengan perubahan pada kedua sisi, memberi semangat yang refleksi dari hal-hal nyata menopang permasalahan dan solusinya (Suparta, 2007).

Irianto (2009) Dinamika kelompok atau *group dynamic*, muncul di Jerman pada menjelang tahun 1940-an, diilhami oleh teori kekuatan medan yang terjadi di dalam sebuah kelompok, akibat dari proses interaksi antar anggota kelompok. Teori ini dikembangkan oleh ahli-ahli psikologi Jerman penganut aliran *gestalt psychology*. Salah seorang tokohnya adalah Kurt Lewin yang terkenal dengan *Force-Field Theory*. Mereka melihat sebuah kelompok sebagai satu kesatuan yang utuh, bukan sebagai kumpulan individu-individu yang terlepas satu sama lain.

Kesatuan ini muncul sebagai resultan dari adanya gaya tarik menarik yang kuat diantara unsur-unsur yang terlibat di dalamnya. Unsur-unsurnya adalah manusia yang ada dalam organisasi, yang masing-masing bertindak sebagai ego, dengan gaya-gaya tertentu, sehingga terjadilah saling tarik menarik, yang akhirnya menghasilkan resultan gaya yang kemudian menjadi kekuatan kelompok.

Kemampuan utama untuk mendukung penerapan teori Lewin tersebut tergantung pada seberapa baik organisasi menguatkan perilaku kelompok yang telah dipelajari dan disiapkan. Sebetulnya, implementasi yang efektif dalam teori ini memerlukan perilaku yang sama sekali baru, yang diperoleh anggota organisasi dengan terlebih dahulu adanya sistem penghargaan yang pantas dan memadai. Dengan adanya sistem penghargaan organisasi yang pantas dapat meningkatkan kekuatan penerapan. Proses implementasi sistem ini dapat dilakukan melalui pemberian insentif baru untuk menguatkan kepusan dan perilaku yang baru, dan atau membangkitkan perilaku yang baru kemudian tanpa meninggalkan sistem insentif yang sudah berjalan. Namun, patut jadi pertimbangan, bahwa ketika perilaku baru secara wajar diganti, setiap kelompok anggota organisasi menjadi lebih mungkin untuk mengembangkan dan memelihara pilihan untuk berperilaku secara baru pula.

Berdasarkan pada *Force-Field Theory*, pada tahap implementasi Lewin menyodorkan tiga tahap pembaharuan perilaku kelompok, yaitu (1) tahap *unfreezing*, (2) *moving*, (3) *refreezing*. Tiga tahap pembaharuan ini digambarkan Lewin sebagai berikut:



Gambar 2.1 Tahapan Pembaharuan Prilaku Kelompok Menurut Kurt Lewin

Pada tahap pertama, merupakan tahap menyiapkan perilaku yang dititikberatkan pada upaya meminimalkan kekuatan perlawanan dari setiap anggota kelompok. Pada tahap kedua, merupakan tahap pergerakan, dengan mengubah orang, individu maupun kelompok, tugas-tugas, struktur organisasi, dan teknologi. Pada tahap terakhir, merupakan tahap penstabilan perilaku dengan

upaya penguatan dampak dari perubahan, evaluasi hasil perubahan, dan modifikasi-modifikasi yang bersifat konstruktif.

Langkah selanjutnya, para pimpinan organisasi dihadapkan pada permasalahan dalam memutuskan apakah proses perubahan perilaku sudah berhasil atau belum dicapai. Penentuan ini berupaya mengukur kecenderungan dalam peningkatan hasil-hasil dalam periode waktu tertentu. Dasar pertimbangannya ialah: (1) Apakah setelah dilakukan perubahan ada peningkatan kepuasan, produktivitas, dan semacamnya dibandingkan dengan sebelum proses dimulai? (2) Seberapa besar peningkatan atau kemunduran yang dihasilkan? dan (3) Berapa lama jangka waktu yang dibutuhkan dalam peningkatan atau kemunduran yang dicapai itu? Oleh karena itu, upaya yang dapat dilaksanakan ialah adanya regulasi proses *feed-back* melalui optimalisasi *Team Building*. *Tim building* adalah suatu metoda yang dirancang untuk membantu kelompok-kelompok untuk dapat berperilaku secara lebih efektif dengan mengevaluasi dan meningkatkan struktur, proses, kepemimpinan, komunikasi, resolusi konflik dan kepuasan para anggota kelompok secara umum.

2.2.7 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dapat terbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit sekali. Hal ini tergantung macam komoditi lembaga pemasaran dan sistem pasar. Sistem pasar yang monopoli mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana dibandingkan dengan sistem pasar yang lain. Komoditi pertanian yang lebih cepat ke tangan konsumen dan yang tidak mempunyai niat ekonomi yang tinggi, biasanya memiliki saluran pemasaran yang relatif sederhana (Soetriono, 2002).

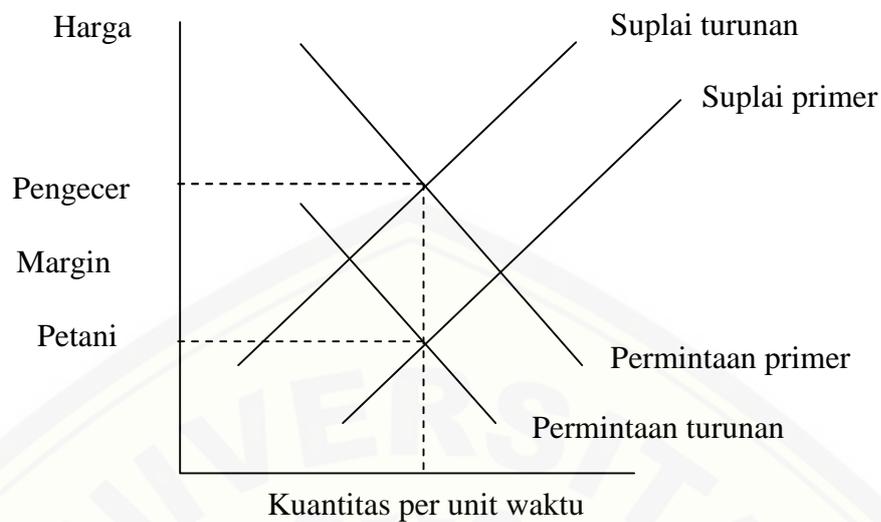
Revzan dalam Swastha (1981) juga menyatakan bahwa saluran pemasaran memiliki definisi bahwa “suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai.” Definisi lain tentang saluran pemasaran ini dikemukakan oleh *the Amaecan Marketing Association*, yang mana menekankan “tentang banyaknya lembaga yang ada dalam aliran atau arus barang, yang menyatakan bahwa saluran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, *dealer*,

pedagang besar dan pengecer, melalui mana sebuah komoditi, produk, atau jasa dipasarkan.” Untuk selanjutnya, definisi yang diungkapkan oleh Walters dalam Swastha (1981) mendefinisikan saluran pemasaran lebih luas, yaitu “saluran merupakan sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan mana dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu.”

Menurut Kotler (2008), saluran pemasaran merupakan organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Perangkat jalur yang diikuti oleh produk atau jasa setelah produksi, yang berkulminasi pada pembelian dan penggunaan oleh pemakai-pemakai akhir. Terdapat empat macam saluran pemasaran yaitu: (1) saluran nol tingkat (saluran pemasaran langsung) merupakan saluran yang terdiri dari suatu perusahaan yang menjual langsung ke pelanggan akhir, (2) saluran satu tingkat merupakan saluran yang berisi satu perantara penjualan, (3) saluran dua tingkat merupakan saluran yang berisi dua perantara dalam pasar konsumsi yaitu pedagang besar dan pengecer, (4) saluran tiga tingkat merupakan saluran yang terdiri dari tiga perantara di dalamnya.

2.2.8 Margin Pemasaran

Margin tataniaga dapat didefinisikan sebagai (1) perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dan yang diterima produsen, atau (2) harga kumpulan jasa-jasa tataniaga yang terjadi karena permintaan dan penawaran. Pada definisi pertama margin tataniaga adalah perbedaan antara kurva permintaan primer dan permintaan turunan untuk produk tertentu. Permintaan primer dibentuk oleh respon konsumen akhir. Penduga fungsi permintaan primer secara empirik biasanya didasarkan pada data kuantitas dan harga eceran. Permintaan turunan didasarkan pada hubungan harga-kuantitas yang ada pada titik dimana produk lepas petani atau titik antara dimana mereka di jual oleh pedagang pengecer atau pengelola.



Gambar 2.2. Gambaran fungsi primer dan fungsi turunan dan margin tataniaga.

Margin tataniaga juga dapat didefinisikan sebagai harga bangunan pelayanan. Harga ini adalah fungsi permintaan untuk dan suplai dari semua jasa. Margin tataniaga berbeda antara produk karena jasa tataniaga berbeda. Perubahan margin dapat digambarkan sebagai hasil dari pergeseran hubungan suplai dan permintaan untuk jasa tataniaga (Soemodihardjo, 2002).

Menurut Sudiyono (2002) margin dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu: *pertama* margin pemasaran merupakan pendekatan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. *Kedua*, margin pemasaran merupakan biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa pemasaran. komponen margin pemasaran ini terdiri dari: 1) biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran atau biaya fungsional (*functional cost*); dan 2) keuntungan (*profit*) lembaga pemasaran. margin pemasaran secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$M = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij} + \sum \pi_j$$

Keterangan:

M : margin pemasaran

C_{ij} : biaya pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

P_j : keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran ke-j

m : jumlah jenis biaya pemasaran

n : jumlah lembaga pemasaran.

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP : Margin pemasaran

Pr : Harga ditingkat produsen

Pf : Harga ditingkat konsumen

2.2.9 Efisiensi Pemasaran

Menurut Shepherd dalam Soetriono dkk (2004), efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan. Berdasarkan hal tersebut, berarti setiap ada penambahan biaya pemasaran memberikan arti bahwa keadaan tersebut menyebabkan adanya pemasaran yang tidak efisien, sebaliknya kalau semakin kecil nilai produk yang dijual berarti pula terjadi adanya pemasaran yang tidak efisien. Rashid dan Chaudhry Soetriono dkk (2004) juga menyebutkan bahwa sulitnya mengukur efisiensi pemasaran dan mereka mengajukan preposisi bahwa sebenarnya efisiensi pemasaran ini terdiri dari efisiensi teknis dan ekonomi. Konsep ini didasari pada konsep *economic efficiency* sebagaimana yang ada pada ekonomi produksi atau mikro. Efisiensi teknis seperti *grading*, sedangkan efisiensi ekonomi berkaitan dari segi keuntungan. Rashida dan Chaudhry juga memberikan beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi, yaitu: (a) keuntungan pemasaran, (b) harga yang diterima produsen, (c) tersedianya fasilitas fisik pemasaran, (d) kompetisi pasar dan (e) peranan lembaga pemasaran.

Mencari efisiensi dilakukan dengan pembagian antara total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan. Selanjutnya dikalikan

dengan presentase seratus persen. Rumus efisiensi pemasaran sebagai berikut (Soekartawi, 2003):

$$EP = (TB/TNP) \times 100\%$$

Keterangan:

EP : Efisiensi Pemasaran (%)

TB : Total Biaya Pemasaran (Rp)

TNP : Total Nilai Produk yang Dipasarkan (Rp)

Daniel (2004) Sistem pemasaran (tataniaga/marketing) baru bisa dikatakan efisien apabila:

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya.
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen trakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemsaran barang tersebut. Adil yang dimaksud adalah memberikan penghasilan atau imbalan yang sesuai dengan fungsi masing-masing lembaga.

2.3 Kerangka Pemikiran

Indonesia merupakan Negara maritim, yang mana memiliki jumlah kepulauan yang begitu banyak. Sebagai Negara kepulauan maka Negara Indonesia memiliki cirri-ciri penduduk atau masyarakat yang memanfaatkan sumberdaya laut untuk dijadikan mata pencaharian. Sebagai masyarakat yang berada pada daerah pesisir, sektor kelautan menjadi mata pencaharian penting untuk dapat mensejahterakan keluarganya. Sektor kelautan merupakan sumber daya alam yang sangat melimpah, sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut menjadi potensi penting dalam pengembangan atau dalam peningkatan pendapatan khususnya bagi nelayan.

Nelayan Desa Sumberanyar merupakan salah satu dari sebagian besar masyarakat nelayan yang ada di Negara Indonesia, yang mana memanfaatkan sumber daya laut. Nelayan Desa Sumberanyar seperti nelayan pada umumnya yaitu tergolong dalam katagori taraf kesejahteraan hidup rendah. Oleh karena itu,

perlunya sistem pemasaran hasil tangkap ikan nelayan yang baik, sehingga masyarakat nelayan memperoleh hasil penjualan yang lebih baik. Dengan kata lain, jika hasil tangkap ikan yang dijual dengan harga baik maka akan dapat meningkatkan pendapatan nelayan sendiri.

Lembaga pemasaran diperlukan dalam proses pemasaran hasil tangkap ikan nelayan. Lembaga pemasaran merupakan para pedagang yang melakukan kegiatan jual beli ikan hasil tangkapan nelayan. Terdapat beberapa lembaga pemasaran dalam pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan, salah satunya yaitu TPI pedagang besar, pedagang pindangan dan juga pedagang kecil atau pengecer. Selain itu juga terdapat lembaga pemasaran informal yaitu *pengamba*'.

Saluran pemasaran nelayan Desa Sumberanyar sangatlah kompleks. Terdapat berbagai elemen lembaga pemasaran yang berperan aktif dalam pemasaran hasil tangkap ikan nelayan. Beberapa penelitian saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan menyebutkan bahwa sekurang-kurangnya saluran pemasaran memiliki satu tingkat, serta lembaga pemasaran yang memiliki andil dalam saluran pemasaran ikan hasil tangkap nelayan antara lain, produsen/nelayan - *pengamba*' - TPI/lembaga pemasaran - pedagang - konsumen. Tingkat efisiensi pemasaran berdasarkan penelitian terdahulu menyebutkan bahwa efisiensi pemasaran memiliki nilai efisien.

TPI Pondok Mimbo, terdapat beberapa aspek penting guna dapat menjalankan tugas semestinya yaitu peran TPI Pondok Mimbo. Peran lembaga pemasaran TPI sangat dipengaruhi bagaimana aktivitas masyarakat nelayan dalam memanfaatkan fungsi-fungsi TPI sebagaimana semestinya.

Berdasarkan observasi atau survei pendahuluan, terdapat fenomena-fenomena peran TPI Pondok Mimbo. Fenomena tersebut berkaitan dengan peran TPI Pondok Mimbo yaitu mengenai masyarakat yang memanfaatkan TPI, pentingnya dan juga ketersediaan fasilitas TPI, keberadaan koperasi atau KUD Mina. Peran TPI tidak menutup kemungkinan TPI hanya digunakan sebagai media pemasaran hasil tangkap ikan nelayan saja, sehingga peran TPI Pondok Mimbo perlu diidentifikasi berkaitan dengan peran TPI. Diperlukan beberapa indikator dalam mengetahui tingkatan peran TPI Pondok Mimbo. Indikator-indikator

tersebut didapatkan dari survei lapang pendahuluan serta beberapa poin dari studi pustaka. Menurut Maahmudi (2010), dalam suatu lembaga peran dapat diukur dengan menggunakan indikator kinerja. Kinerja merupakan satu poin dalam pengukuran tingkatan peran, dalam hal ini peran TPI Pondok Mimbo. Kinerja dapat diartikan kontribusi dalam lingkup apa yang diberikan oleh kinerja lembaga tersebut. Mahmudi juga menjelaskan bahwa dalam suatu lembaga dapat diketahui faktor input dan output. Sektor input merupakan semua jenis sumber daya masukan yang digunakan suatu proses tertentu untuk menghasilkan sesuatu. Sektor input yaitu, orang (tenaga, keterampilan, dan keahlian), infrastruktur seperti gedung, peralatan, teknologi. Berkaitan dengan sektor input maka indikator yang dapat dijelaskan adalah SDM dan fasilitas (sarana dan prasarana). Penelitian dari Suardi (2016) tentang potensi dan peran kelembagaan pertanian dalam perlindungan lahan pertanian pangan di Provinsi Bali. Fungsi kelembagaan pertanian dalam perlindungan lahan pertanian pangan yaitu, binaan, pelayanan, dan usaha. Selanjutnya berdasarkan hasil curah pendapat (*brain storming*) para ahli melalui forum *expert meeting* dengan teknik diskusi kelompok terarah (*FGD*), ditetapkan kelembagaan pertanian yang terkait dengan perlindungan lahan pertanian pangan meliputi: (1) instansi pertanian; (2) kios pertanian; (3) lembaga perkreditan; (4) koperasi petani; (5) kelompok tani; dan (6) subak. Pelayanan merupakan salah satu poin dalam pemilihan indikator peran lembaga TPI Pondok Mimbo yang berkaitan dengan kepuasan penggunaan TPI. Lembaga perkereditan yaitu dapat diartikan sebagai KUD dalam peran TPI Pondok Mimbo.

Berkenaan dengan itu maka, indikator dalam mencapai tujuan yaitu melihat tingkatan peran TPI Pondok Mimbo, maka indikator tersebut yaitu: (a) peronil TPI Pondok Mimbo, dalam hal ini dapat dikatakan sebagai SDM yang memiliki peran penting dalam kegiatan TPI Pondok Mimbo, (b) fasilitas TPI pondok Mimbo, merupakan segala sesuatu yang ada di TPI Pondok Mimbo guna pengoperasian TPI Pondok Mimbo berjalan dengan baik dan optimal, (c) kontribusi TPI kepada nelayan, merupakan suatu upaya lembaga TPI Pondok Mimbo untuk memberikan pelayanan yang terbaik berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan nelayan, (d) KUD Mina Rahayu, merupakan sebuah koperasi yang

memiliki tugas dan fungsi sebagai pengendalian system jual beli ikan hasil tangkap nelayan dengan cara pelelangan, sehingga sistem dan tatacara perkoperasian berkaitan dengan proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan, (e) kepuasan penggunaan TPI, merupakan sikap, tindakan dari nelayan setelah menggunakan ataupun mengetahui keberadaan TPI Pondok Mimbo terkait dengan proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan.

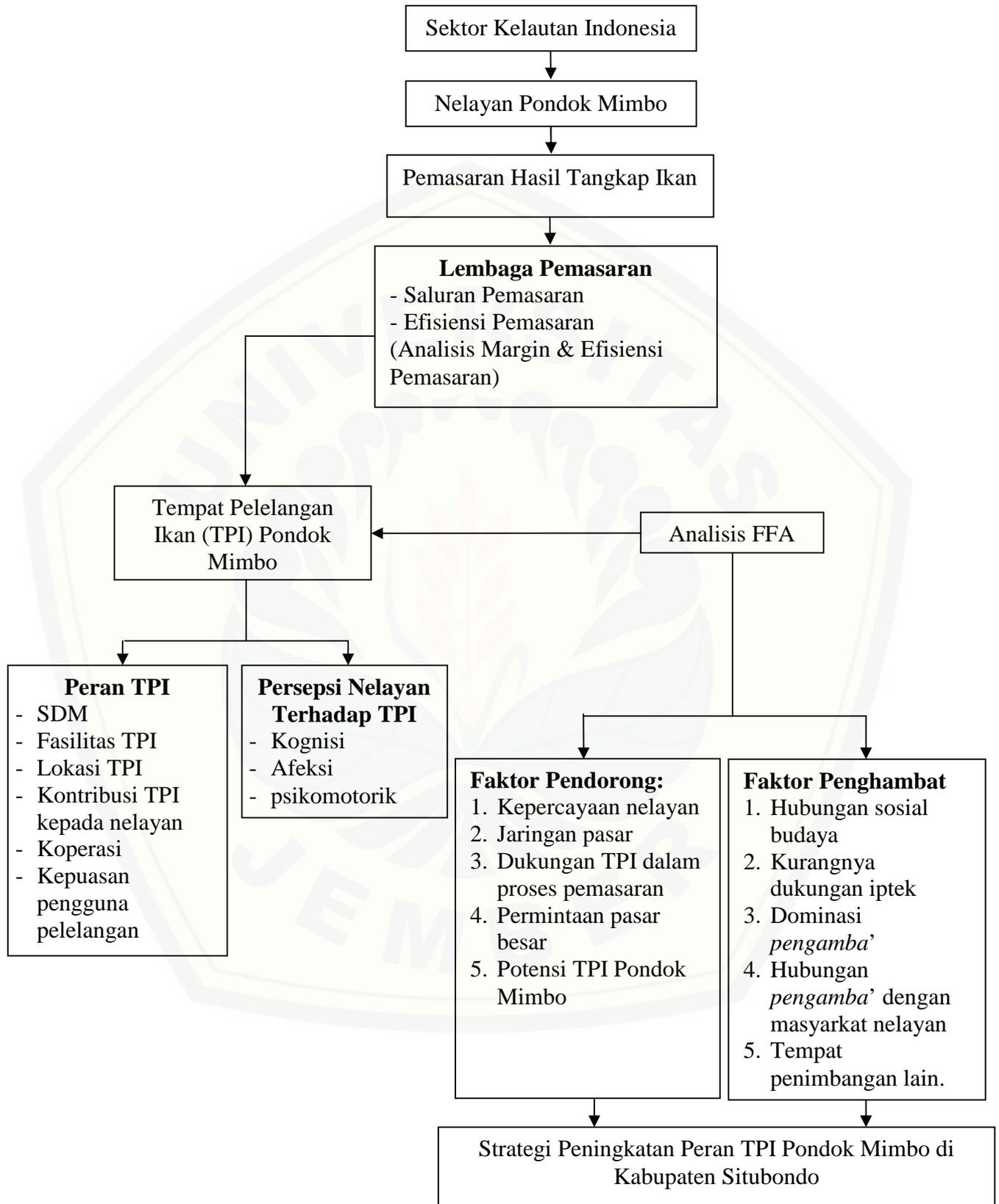
Beberapa hasil penelitian menyatakan bahwa peran TPI tidak dapat menunjukkan hasil positif terhadap proses pemasaran hasil tangkap ikan nelayan., dengan kata lain peran TPI memiliki tingkatan rendah dalam menjalankan tugas-tugas pokok TPI. Perlunya peran TPI dalam proses pemasaran tidak lain memberikan memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan proses pemasaran hasil tangkap ikan nelayan.

Persepsi masyarakat nelayan Desa Sumberanyar dipengaruhi oleh beberapa aspek, Setiyana (2007), persepsi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan politik di Kabupaten Tuban, menjelaskan gambaran secara jelas mengenai persepsi masyarakat tuban, maka indikator-indikator yang digunakan menyangkut indra dan aksi masyarakat yaitu: kognisi (pengetahuan), afeksi (sikap/perasaan, emosi), psikomotorik (tindakan). Kognisi merupakan (pengetahuan) masyarakat terhadap keberadaan TPI pondok mimbo mengenai peran TPI, afeksi merupakan (sikap/perasaan, emosi) masyarakat terhadap keberadaan TPI pondok mimbo, dan psikomotorik merupakan (tindakan) masyarakat terhadap keberadaan TPI pondok mimbo mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan nelayan. Tingkat persepsi nelayan tentang keberadaan TPI Pondok Mimbo dapat memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan yang timbul pada nelayan. Persepsi akan menimbulkan pemahaman kinerja TPI yang semestinya sehingga nelayan dapat memberikan kritik-kritik terhadap kinerja yang menyimpang. Beberapa penelitian dan juga survei lapang pendahuluan persepsi masyarakat nelayan Desa Sumberanyar rendah.

Saluran dan efisiensi lembaga pemasaran dilakukan guna mengetahui saluran yang dilalui hasil tangkap ikan nelayan sampai kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran menghubungkan setiap stakeholder yang memiliki andil.

Sehingga akan diketahui seberapa efisiensi saluran pemasaran yang terdapat pada nelayan Desa Sumberanya. Efisien dan margin pemasaran memiliki keterkaitan erat, yang mana margin pemasaran akan membantu penentuan tingkat efisiensi pemasaran. Berdasarkan penelitian dari Hasanuddin (2002) dan Ismail (2008) bahwa saluran pemasaran memiliki nilai efisiensi tersendiri berdasarkan lembaga pemasarannya, serta biaya-biaya yang dikeluarkan, semakin kecil biaya yang dikeluarkan maka semakin efisien saluran pemasaran tersebut.

Strategi pengembangan TPI sangat dipengaruhi oleh faktor pendorong dan juga faktor penghambat. Peran TPI yang sangat penting bagi nelayan untuk mempertemukan nelayan dan para stakeholder, sehingga pengembangan perlu diperhatikan. Faktor-faktor tersebut didapatkan berdasarkan hasil survei awal di daerah penelitian yang berkaitan dengan internal dan eksternal TPI Pondok Mimbo. Setelah melakukan survei kemudian dilakukan diskusi dengan informan, informan tersebut merupakan seorang yang memiliki pengetahuan tentang TPI Pondok Mimbo dan memiliki andil dalam kegiatan TPI Pondok Mimbo. Informan tersebut yaitu: (1) bapak Drs. Djoko Sucahyo Sigit W., SH. selaku kepala UPTD TPI Pondok Mimbo, (2) bapak Suharto Binar, yaitu seorang yang menyewa TPI Pondok Mimbo, (3) bapak Sucipto, yaitu seorang nelayan yang pernah menjadi sebagai pengawas kegiatan nelayan masyarakat di Desa Sumberanyar, dan (4) bapak H. Ali, yaitu seorang yang bekerja sebagai penimbang ikan di TPI Pondok Mimbo. Faktor pendorong dan penghambat tersebut dalam strategi pengembangan TPI yaitu: faktor pendorong meliputi kekuatan: kepercayaan nelayan, jaringan pasar TPI, peluang: dukungan Pemerintah, permintaan pasar, potensi TPI. Faktor penghambat meliputi kelemahan: hubungan sosial budaya, kurangnya dukungan iptek. ancaman: dominasi *pengamba'*, hubungan *pengamba'* dengan nelayan, tempat penimbangan lain dalam satu PPI.



Gambar 2.3 Skema Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

3. Peran Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Pondok Mimbo dalam melakukan tugasnya adalah Rendah.
4. Persepsi nelayan terhadap keberadaan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) rendah.
5. Saluran pemasaran yang dilakukan oleh nelayan Pondok Mimbo efisien.



BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penentuan Daerah Penelitian

Penentuan daerah penelitian menggunakan metode yang disengaja (*Purposive Method*) yaitu Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Dasar pertimbangan pemilihan lokasi tersebut sebagai tempat penelitian adalah:

1. Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo merupakan salah satu sentra masyarakat bermata pencaharian nelayan.
2. Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo memiliki kelembagaan pemasaran berupa Tempat Pelelangan Ikan (TPI) sebagai pusat pemasaran di daerah tersebut.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif kualitatif dan analitik. Metode diskriptif bertujuan untuk membuat diskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Metode analitik berfungsi menguji hipotesis dengan mengadakan interpretasi terhadap hasil analisa (Nazir, 2009).

3.3 Metode Pengambilan Contoh

Metode penentuan sampel penelitian ini adalah pengambilan sampel purposif (*purposive sampling*), yaitu subyek penelitian ditentukan secara sengaja oleh peneliti berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu (Faisal, 2003). Subyek dalam penelitian ini adalah masyarakat nelayan yang memiliki informasi diperlukan bagi peneliti serta pihak TPI. Diperlukan informan (*key information*) dalam penelitian ini. Menurut Bungin (2012), pada prosedur sampel khususnya kualitatif yang terpenting adalah bagaimana menentukan informan kunci yang menjadi fokus penelitian. Informan kunci adalah mereka yang mengetahui

berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Selain itu, penelitian ini menggunakan penentuan ukuran sampel. Ukuran sampel yang digunakan yaitu dengan cara sengaja sebanyak 36 responden.

Pemilihan jumlah respondengan dengan sengaja berdasarkan criteria-kriteria tertentu, yaitu berkaitan dengan untuk mencaai tujuan dari penelitian. 36 responden merupakan responden yang didapat dari wawancara dan diskusi mendalam dengan informan kunci, yang mana penentuan jumlah responden dan kegunaannya dapat dilihat di tabel 3.1.

Tabel 3.1 Penentuan ukuran sampel dalam metode pengambilan contoh

Penggunaan data	Cara ukuran sampel	Jumlah populasi	Jumlah Responeden	Jumlah informan kunci
Tingkatan Peran TPI Pondok Mimbo terhadap pemasaran hasil tangkap ikan nelayan	Secara sengaja	186	36	2
Tingkatan Persepsi nelayan terhadap proses pemasaran TPI Pondok Mimbo	Secara sengaja	186	36	2
Efisiensi pemasaran hasil tangkap ikan nelayan	Secara sengaja	186	36	2
Saluran pemasaran hasil tangkap ikan	snowball sampling	-	50	2
Strategi peningkatan peran TTPI Pondok Mimbo	Secara sengaja	4	4	4

Berdasarkan tabel 2.1 menjelaskan bahwa sampel untuk menguji hipotesis pertama, kedua, dan ketiga dengan menggunakan jumlah responden 36 responden dan 2 informan kunci. Akan tetapi, selain peneliti juga menggunakan snowball sampling, untuk mengetahui tujuan tentang saluran pemasaran. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mengetahui informasi kualitatif yang bersangkutan dengan saluran pemasaran (Sukardi, 2010).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data dalam penelitian ini, sebagian besar dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sesuai dengan permasalahan yang ada

dalam penelitian, selain itu juga menggunakan studi pustaka, serta observasi.

Berikut tabel metode pengumpulan data:

Tabel 2.2 Metode pengumpulan data

Penggunaan data	Metode Pengambilan sampel	Jumlah populasi	Jumlah Responeden	Jumlah informan kunci	Teknik pengumpulan data
Tingkatan Peran TPI Pondok Mimbo terhadap pemasaran hasil tangkap ikan nelayan	Secara sengaja	186	36	2	- wawancara (kuisoner) - observasi - study pustaka
Tingkatan Persepsi nelayan terhadap proses pemasaran TPI Pondok Mimbo	Secara sengaja	186	36	2	- wawancara (kuisoner) - observasi - study pustaka
Efisiensi pemasaran hasil tangkap ikan nelayan	Secara sengaja	186	36	2	- wawancara (kuisoner) - observasi - study pustaka
Saluran pemasaran hasil tangkap ikan	snowball sampling	-	50	2	- wawancara (kuisoner) - study pustaka - observasi
Strategi peningkatan peran TTPI Pondok Mimbo	Secara sengaja	4	4	4	- wawancara (kuisoner) - observasi - study pustaka

Tabel 2.2 menjelaskan metode pengumpulan data dalam penelitian dengan cara wawancara, observasi, serta study pustaka. Data yang diperoleh merupakan data primer dan ditunjang dengan data skunder. Berikut penjelasan teknik pengumpulan data dalam penelitian:

1. Wawancara terstruktur, yang mana wawancara tersebut menggunakan kuisoner yang ditujukan kepada nelayan serta para pedagang yang dijadikan sampel penelitian. Wawancara struktur tergolong pada data primer, yang mana data primer merupakan data yang bersumber langsung pada responden.

2. Studi pustaka, dengan memperoleh data dari lembaga-lembaga atau instansi-instansi terkait, selain itu juga melalui buku-buku atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Studi pustaka tersebut termasuk dalam data skunder yang mana data skunder merupakan data yang diperoleh sudah berbentuk dokumen.
3. Observasi, dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan mengenai data yang telah diperoleh dari data primer dan skunder, yang mana tujuannya mengkroscek data yang diperoleh tersebut.

3.5 Metode Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dengan wawancara, foto, gambar, dan data lainnya. Sesuai dengan tujuan penelitian yang mana berlandaskan pada rumusan masalah. Terdapat empat perumusan masalah dengan memakai tiga metode analisis data.

Upaya menguji hipotesis pertama, Tingkatan Peran TPI Pondok Mimbo terhadap pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan menggunakan metode analisis deskriptif. Menurut (Sukardi, 2010) Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan data yang ada guna memperoleh bentuk nyata dari responden. Karena data Peran TPI tergolong dalam data kualitatif, maka harus diubah menjadi data kuantitatif guna mempermudah penganalisisan peran TPI dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2013), Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Guna mendapatkan gambaran secara jelas mengenai peran TPI pondok mimbo, diperlukan parameter atau indikator. Indikator tersebut nantinya akan disusun melalui pertanyaan-pertanyaan dalam kuisioner untuk menggali informasi yang diperlukan dengan menentukan opsi pilihan bagi jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan, opsi jawaban yang akan diberikan adalah:

- a. Tinggi
- b. Sedang
- c. Rendah

Selanjutnya memberikan skor pada jawaban yang telah disediakan, yaitu:

Tinggi = 3

Sedang = 2

Rendah = 1

Berikut merupakan indikator yang digunakan untuk mengetahui peran TPI Pondok Mimbo yaitu: 1) SDM, 2) Fasilitas TPI, 3) Lokasi TPI, 4) Pendapatan nelayan, 5) perkoperasian, 6) Kepuasan pengguna pelelangan (Setiyana, 2007).

A. SDM (Personil TPI Pondok Mimbo) (3-9)

1. Tugas personil yang jelas dan terfokus (1-3)
2. Personil berasal dari lingkungan Pondok Mimbo (1-3)
3. Jumlah SDM aktif (1-3)

B. Fasilitas TPI (3-9)

1. Terdapatnya timbangan pelelangan (1-3)
2. Terdapatnya lori, trays (1-3)
3. Terdapatnya gudang penyimpanan (1-3)

C. Lokasi TPI (3-9)

1. Lokasi pelelangan dekat dengan pelabuhan kapal (1-3)
2. Luas latar lelang (1-3)
3. Sarana dan Prasarana (1-3)

D. Kontribusi TPI terhadap nelayan (3-9)

1. Pelayanan lelang tiap waktu (1-3)
2. Ketersediaan stakeholder (pembeli) setiap waktu (1-3)
3. Jaminan kepastian harga (1-3)

E. Koperasi (3-9)

1. Peran Koperasi dalam proses lelang (1-3)
2. Sistem pengelolaan penjualan ikan (1-3)
3. Sistem bagi hasil kepada TPI atau pemerintah daerah (1-3)

F. Kepuasan pengguna TPI (3-9)

1. Fasilitas TPI (1-3)
2. Aktivitas TPI (1-3)

3. Pelayanan TPI (1-3)

Berdasarkan indikator diatas untuk mengetahui tingkat peran TPI dengan menggunakan tabulasi skor dan menentukan batasan skor untuk pengambilan keputusan. Penentuan batasan skor tersebut menggunakan modus. Modus merupakan skala tertinggi berdasarkan skor yang sering muncul dari jumlah responden, dengan kriteria sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan:

Modus skor 1 adalah tingkat peran TPI rendah

Modus skor 2 adalah tingkat peran TPI sedang

Modus skor 3 adalah tingkat peran TPI tinggi

Upaya menguji hipotesis kedua, yaitu tingkatan persepsi masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo, metode yang digunakan sama dengan penyelesaian permasalahan pertama, yaitu analisis deskriptif. Guna mendapatkan gambaran secara jelas mengenai tingkatan persepsi nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo. Seperti halnya pengujian hipotesis pertama. Data yang diperoleh adalah data kualitatif maka perlu penggunaan skala *likert*. Opsi pilihan bagi jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan yaitu:

- a. Setuju
- b. Ragu-ragu
- c. Tidak Setuju

Langkah selanjutnya adalah memberikan skor pada jawaban yang telah disediakan. Skor yang akan diberikan adalah sebagai berikut:

Setuju = 3

Ragu-ragu = 2

Tidak Setuju = 1

Berikut merupakan aspek pertanyaan yang akan digunakan untuk mengetahui persepsi nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo sesuai dengan aspek persepsi menurut Mahmudi, (2010), yaitu:

A. Kognisi (Pengetahuan) masyarakat terhadap keberadaan TPI pondok mimbo mengenai peran TPI. (3-9)

1. Pemahaman terhadap TPI (1-3)

2. Fungsi/peran TPI (1-3)

3. Ruang lingkup TPI (1-3)

B. Afeksi (Sikap/Perasaan, Emosi) masyarakat terhadap keberadaan tpi pondok mimbo. (3-9)

1. Kepuasan nelayan pada pelayanan TPI (1-3)

2. Kepuasan pemakaian tempat dan fasilitas TPI (1-3)

3. Hubungan sosial budaya dengan TPI (1-3)

C. Psikomotorik (Perilaku) masyarakat terhadap keberadaan TPI pondok mimbo mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan nelayan. (3-9)

1. Menjual ikan lewat TPI (1-3)

2. Menjual ikan lewat *pengamba'* (1-3)

3. Memakai segala fasilitas TPI (1-3)

Berdasarkan aspek diatas untuk mengetahui tingkat persepsi nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo dengan menggunakan tabulasi skor dan menentukan batasan skor untuk pengambilan keputusan. Penentuan batasan skor tersebut menggunakan modus. Modus merupakan skala tertinggi berdasarkan skor yang sering muncul dari jumlah responden, dengan kriteria sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan:

Modus skor 1 adalah tingkat peran TPI rendah

Modus skor 2 adalah tingkat peran TPI sedang

Modus skor 3 adalah tingkat peran TPI tinggi

Upaya penyelesain permasalahan ke-3 tentang pola saluran pemasaran dengan menggunakan metode disriptif, dengan menggunakan *snowball sampling*. Penggunaan *snowball sampling* dilakukan guna mencari saluran pemasaran dari produsen/nelayan di Pondok Mimbo hingga konsumen yang memiliki hubungan distribusi hasil tangkap ikan nelayan yang melewati TPI. Selanjutnya penyelesaian tentang tingkat efisiensi saluran pemasaran dengan menggunakan ukuran sampel berjumlah 36 responden. Guna menguji hipotesis ketiga, tentang efisiensi tahap pertama dengan menerapkan margin pemasaran. Margin pemasaran dengan menggunakan rumus: (Sudiyono, 2002)

$$M = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij} + \sum \pi_j$$

Keterangan:

M : margin pemasaran

C_{ij} : biaya pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

P_j : keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran ke-j

m : jumlah jenis biaya pemasaran

n : jumlah lembaga pemasaran.

$$MP = Pr - Pf$$

Selanjutnya setelah diketahui margin, maka selanjutnya menggunakan analisis *efisiensi pemasaran*. yang mana tujuannya guna mengetahui tingkat efisiensi setiap masing-masing saluran pemasaran yang mana Tempat Pelelangan Ikan (TPI) memiliki peran aktif dalam setiap saluran pemasaran hasil tangkap ikan nelayan, namun tidak menutup kemungkinan terdapat saluran pemasaran tanpa adanya peran aktif lembaga TPI (Soekartawi, 2003):

$$EP = (TB/TNP) \times 100\%$$

Keterangan:

EP : Efisiensi Pemasaran (%)

TB : Total Biaya pemasaran (Rp)

TNP : Total Nilai Produk yang Dipasarkan (Rp)

Penarikan kesimpulan dilihat dari efisiensi pemasaran yaitu:

- Nilai EP : 0 EP 50%, maka saluran pemasaran tersebut efisien.
- Nilai EP > 50%, maka saluran pemasaran tersebut tidak efisien.

Penyelesaian permasalahan *keempat* strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo menggunakan metode analisis kualitatif yang dikuantitatifkan menggunakan analisis FFA. Analisis FFA terdapat beberapa tahapan, yaitu (Sianipar dan Enteng, 2003):

1. Identifikasi faktor pendorong dan penghambat

Faktor pendorong dan penghambat bersumber dari internal dan eksternal. Identifikasi faktor pendorong merupakan perpaduan antara *strength* dan

opportunities, sedangkan faktor penghambat perpaduan antara *weakness* dan *threats*. Berdasarkan penelitian terdahulu, faktor pendorong dan penghambat yang digunakan untuk mengetahui pengembangan TPI Pondok Mimbo yaitu:

- a. Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI
- b. Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo
- c. Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan
- d. Terdapatnya permintaan pasar besar di lokasi TPI
- e. Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan ikan nelayan
- f. Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan
- g. Kurangnya dukungan iptek dalam aktivitas pemasaran ikan melalui TPI Pondok Mimbo
- h. Terdapatnya *pengamba'* yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan
- i. Hubungan *pengamba'* dengan masyarakat nelayan
- j. Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo

2. Penilaian faktor pendorong dan penghambat

A. Aspek yang dinilai

Menentukan aspek keberhasilan sebagai faktor-faktor strategis atau faktor kunci keberhasilan. Aspek yang dinilai dari tiap faktor adalah:

- a. Urgensi atau bobot faktor dalam mencapai tujuan TPI
- b. Dukungan atau kontribusi setiap faktor dalam mencapai tujuan TPI
- c. Keterkaitan antar faktor dalam mencapai tujuan TPI

Penilaian tersebut dilakukan secara kualitatif yang dikuantitatifkan melalui metode Skla *likert* yaitu sebagai penilaian dengan model *rating scala*. Skala nilai kemudian dikonfersikan kedalam angka, yaitu:

- Sangat baik : 5, artinya sangat tinggi nilai dukungan atau nilai keterkaitan.
Baik : 4, artinya tinggi nilai dukungan atau nilai keterkaitan.
Cukup : 3, artinya cukup tinggi nilai dukungan atau nilai keterkaitan.
Kurang : 2, artinya kurang tinggi nilai dukungan atau nilai keterkaitan.

Sangat kurang :1, artinya sangat kurang tinggi nilai dukungan atau nilai keterkaitan.

Tabel 3.3 Tingkat urgensi antar faktor

No	Faktor Pendorong	Tingkat Komparasi Urgensi					Nu
		D1	D2	D3	D4	D5	
D1							
D2							
D3							
D4							
D5							
Total Urgensi							

No	Faktor Penghambat	Tingkat Komparasi Urgensi					Nu
		H1	H2	H3	H4	H5	
H1							
H2							
H3							
H4							
H5							
Total Urgensi							

B. Penilaian faktor pendorong dan penghambat

a. NU (Nilai Urgensi)

Penilaian NU dilakukan dengan menggunakan model skala nilai 1-5 melalui teknik komparasi, yaitu membandingkan faktor yang paling urgen antara satu faktor dengan faktor yang lain.

b. BF (Bobot Faktor)

BF dapat dinyatakan dalam dua bentuk, yaitu dalam bentuk decimal (0,01 – 0,99) atau dalam persen (1% - 99%). Jumlah BF tidak boleh lebih dari 1,00 atau lebih dari 100%. Rumus dalam penentuan BF, yaitu:

$$BF = \frac{NU}{\sum NU} \times 100\%$$

c. ND (Nilai Dukungan)

Cara menggunakan ND sama dengan penentuan nilai NU.

d. NBD (Nilai Bobot Dukungan)

Menentukan NBD dengan menggunakan rumus:

$$NBD = ND \times BF$$

e. NK (Nilai Keterkaitan)

Menentukan nilai NK pada setiap faktor memakai skala 0 – 5. Apabila tidak memiliki keterkaitan diberi angka 0 sedangkan faktor-faktor yang memiliki keterkaitan diberi angka antara 1 – 5.

f. NRK (Nilai Rata-rata Keterkaitan)

NRK tiap faktor dapat ditentukan dengan rumus:

$$NRK = \frac{TNK}{\sum N-1}$$

Keterangan:

TNK : Total Nilai Keterkaitan faktor

N : Jumlah faktor internal dan eksternal yang dinilai

g. Cara membentuk NBK

NBK (Nilai Bobot Keterkaitan) tiap faktor dihitung dengan rumus:

$$NBK = NRK \times BF$$

h. Cara menentukan TNB (Total Nilai Bobot)

$$TNB = NBD + NBK$$

3. Faktor kunci keberhasilan dan diagram medan kekuatan

A. Penentuan Faktor Kunci Keberhasilan (FKK)

Berdasarkan besarnya TNB pada tiap-tiap faktor maka dapat dipilih faktor yang memiliki TNB paling besar sebagai faktor kunci keberhasilan (FKK) yang dapat dijadikan sebagai penentu strategi atau solusi dari adanya faktor pendorong dan penghambat. Cara menentukan FKK yaitu:

- a. Dipilih berdasarkan TNB yang paling besar
- b. Jika TNB sama maka dipilih BF terbesar
- c. Jika BF sama maka dipilih NBD terbesar
- d. Jika NBD sama maka dipilih NBK
- e. Jika NBK sama maka dipilih berdasarkan pengalaman dan rasionalitas

B. Diagram medan kekuatan

5. Informan kunci adalah seseorang yang memiliki pengetahuan luas baik dari dirinya sendiri dan juga dari luar dirinya yang dijadikan subyek penelitian dan sebagai penjawab pertanyaan yang diajukan guna kepentingan penelitian
6. Peran TPI yaitu peran yang sesuai dengan peraturan yang berlaku di dalam menjalankan fungsi-fungsi TPI.
7. Persepsi nelayan Pondok Mimbo segala penafsiran yang dilakukan oleh nelayan terhadap TPI Pondok Mimbo.
8. Tempat Pelelangan Ikan (TPI) yaitu tempat yang berada dipelabuhan atau suatu tempat yang berada di pengkalan tempat mendaratnya hasil tangkap ikan yang mana terjadi transaksi lelang khususnya di TPI Pondok Mimbo.
9. Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) adalah tempat berlabuh atau bertambahnya perahu/kapal perikanan guna mendaratkan hasil tangkapannya, memuat perbekalan kapal serta sebagai basis kegiatan produksi, pengolahan, pemasaran ikan dan pembinaan masyarakat perikanan.
10. Saluran Pemasaran organisasi-organisasi atau lembaga-lembaga yang saling tergantung yang tercakup dalam proses pendistribusian produk dari produsen hingga ke konsumen yang memiliki keterkaitan dengan TPI Pondok Mimbo.
11. Margin Pemasaran adalah suatu perubahan yang terjadi antara harga produsen dan harga konsumen, yang memiliki selisih antara harga produsen dengan harga konsumen.
12. Pedagang adalah lembaga yang melakukan pembelian ikan dari nelayan kemudian dijual kembali kepada konsumen atau pedagang dibawahnya. Terdapat beberapa pedagang yaitu pedagang pengumpul merupakan lembaga atau perorangan penjualan bahan-bahan berupa hasil melaut nelayan di Pondok Mimbo. Pedagang besar suatu lembaga atau perorangan yang menjual barang dalam jumlah besar dengan modal yang besar dari hasil melaut nelayan di Pondok Mimbo. Pedagang kecil yaitu suatu pedagang yang menjual barang atau produk dalam jumlah kecil dengan modal yang kecil dari hasil melaut nelayan di Pondok Mimbo. Pengecer adalah kegiatan usaha barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga dan rumah tangga dari hasil melaut nelayan di Pondok Mombo.

13. Konsumen Akhir adalah pemakai akhir dari suatu barang atau produk yang digunakan untuk keperluan serta kepuasan sendiri dari barang hasil melaut neayan Pondok Mimbo.
14. Analisis FFA, merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk menyelesaikan masalah mengenai strategi peningkatan peran TPI.
15. Medan kekuatan adalah mengidentifikasi berbagai kendala dalam mencapai suatu sasaran dalam perubahan dan mengidentifikasikan berbagai sebab yang mungkin serta pemecahan dari suatu masalah.
16. SDM TPI Pondok Mimbo adalah personil atau orang yang memiliki tugas atau bekerja di TPI Pondok Mimbo.
17. Fasilitas TPI Pondok mimbo adalah segala fasilitas yang ada dan dimiliki oleh TPI Pondok Mimbo.
18. Lokasi TPI Pondok mimbo adalah lokasi TPI yang berkaitan dengan tempat TPI dan Sarana dan prasarana TPI Pondok Mimbo.
19. Kontribusi TPI Pondok Mimbo adalah kontribusi yang diberikan TPI Pondok Mimbo kepada nelayan yang telah beraktivitas di TPI Pondok Mimbo.
20. Koperasi adalah KUD Mina Rahayu yang berada di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo yang berkaitan dengan system KUD Mina Rahayu.
21. Kepuasan penggunaan TPI adalah tanggapan masyarakat nelayan terhadap TPI Pondok Mimbo setelah melakukan aktivitas di TPI Pondok Mimbo.
22. Kognisi adalah pengetahuan seorang nelayan terhadap TPI Pondok Mimbo
23. Afeksi adalah sikap/prasaan dan nilai seorang nelayan terhadap TPI Pondok Mimbo
24. Psikomotorik adalah tindakan seorang nelayan terhadap TPI Pondok Mimbo

BAB 5. PEMBAHASAN

5.1 Peran TPI Pondok Mimbo terhadap Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo

Usaha penangkapan ikan di laut Kabupaten Situbondo menyebar hampir disemua kecamatan berpantai, kurang lebih terdapat 33 Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) sebagai konsentrasi nelayan. Dari pangkalan pendaratan ikan tersebut terdapat TPI, akan tetapi tidak semua PPI memiliki TPI. Secara harfiah, Peran Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dapat membantu nelayan agar lebih baik dalam proses penangkapan ikan serta pemasarannya ikan hasil tangkapan nelayan, karena fungsi serta peran TPI antara lain, sebagai sarana dan prasarana pendukung aktivitas nelayan untuk melakukan kegiatan penangkapan ikan. Terdapatnya TPI menjadikan masyarakat nelayan tidak perlu khawatir lagi pada tersedianya sarana dan prasarana dalam proses penangkapan ikan serta pasca penangkapan ikan.

Sebagai mana peran TPI tersebut, TPI dibangun di lokasi KUD Mina Kabupaten Situbondo yang merupakan lembaga yang bertindak sebagai pengelola TPI dan penyelenggara pelelangan ikan. TPI yang mana merupakan tempat bertemunya pedagang dan nelayan, sehingga proses pemasaran lebih mudah. Selanjutnya fungsi TPI sesuai dengan namanya, Tempat Pelelangan Ikan yaitu melakukan kegiatan pelelangan yang dilakukan oleh TPI yang diolah oleh KUD Mina.

KUD Mina yang ada di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo yaitu KUD Mina Rahayu. KUD Mina Rahayu berdiri sejak tanggal 10 bulan September tahun 1981, kemudian mengelola peran TPI Pondok Mimbo untuk mencatat hasil lelang yang dilakukan. Proses lelang dilakukan oleh KUD Mina Rahayu dengan mengambil atau mengumpulkan ikan hasil tangkapan nelayan yang kemudian dilelang pada para pedagang yang datang.

TPI merupakan aset dinas perikanan yang mana proses pengoperasionalannya TPI oleh KUD Mina yaitu proses pelelangan dan

sebagainya, kini beralih fungsi dengan pemilikan perseorangan atau kelompok. Proses ini terjadi karena adanya kontrak transaksi pengalihan hak milik dari pemda kepada perseorangan melalui kontrak sewa. Penyewahan TPI Pondok Mimbomengakibatkan fungsi TPI tidak berjalan, dan hanya dilakukan oleh perseorangan atau kelompok. Pemilik sewa melakukan aktivitas di TPI Pondok Mombo dengan melakukan penimbangan ikan milik nelayan, yang mana pemilik sewa mendapatkan sebagian hasil dari ikan yang ditangkap nelayan atau mendapatkan komisi.

5.1.1 Indikator tingkatan peran TPI

Berkenaan dengan peran TPI Pondok Mimbo terhadap aktivitas pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan, memiliki peran yang sedang. Secara garis besar peran nelayan yang sedang terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan secara tidak langsung dipengaruhi oleh beberapa fungsi TPI yang tidak berjalan sebagaimana mestinya. Berikut indikator dalam penelitian ini yang menjabarkan peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan.

Tabel 5.1 Tingkatan Peran TPI Pondok Mimbo Terhadap Proses Hasil Tangkapan Ikan Nelayan

Indikator	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
SDM	5,13	43,59	51,28	Tinggi
Fasilitas TPI	0,00	82,05	17,95	Sedang
Lokasi TPI	0,00	53,85	46,15	Sedang
Kontribusi TPI pada Nelayan	0,00	100,00	0,00	Sedang
Koperasi	74,36	25,64	0,00	Rendah
Kepuasan Pengguna TPI	5,13	66,67	28,21	Sedang

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016(lampiran B)

Setiap indikator memiliki nilai skor katagori masing-masing, yang mana setiap nilai tersebut menunjukkan katagori masing-masing indikator. Pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa indikator SDM berada pada katagori tingkatan Tinggi, dengan presentase sebesar 51,28%. Katagori tingkatan peran TPI Pondok Mimbo

indikator SDM tinggi menunjukkan bahwa, setiap SDM atau personil TPI menurut para nelayan memiliki kinerja yang baik. Indikator selanjutnya yaitu fasilitas TPI Pondok imbo. Fasilitas TPI Pondok Mimbo memiliki jumlah presentase responden sebesar 82,05% yang mana berada pada katagori tingkatan peran TPI Pondok Mimbo pada indikator fasilitas TPI sedang. Sebagian besar masyarakat nelayan menjelaskan fasilitas TPI Pondok Mimbo masih belum dapat menunjukkan peran TPI, walau begitu fasilitas TPI masih dapat memberikan pengaruh terhadap peran TPI. Indikator selanjutnya adalah lokasi TPI. Lokasi TPI sangat penting dalam peran TPI, hal ini karena menentukan sarana dan prasarana TPI tersebut. Pada indikator lokasi TPI terhadap peran TPI Pondok Mimbo berada pada katagori tingkatan sedang dengan jumlah responden sebesar 53,85%. Indikator berikutnya yaitu kontribusi TPI pada nelayan, 100% responden menentukan bahwa kontribusi TPI terhadap nelayan berada pada katagori tingkatan peran TPI Pondok Mimbo sedang. Indikator koperasi berada pada katagori tingkatan peran TPI Pondok Mimbo rendah dengan 74,36% responden. Hal ini terjadi karena, koperasi pada masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Situbondo tidak berjalan lagi. Keberadaan koperasi yang sudah mati atau dapat dikatakan tidak ada lagi, maka tidak ada lagi proses kerja pada koperasi yang mana dapat membantu masyarakat nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Indikator terakhir yaitu kepuasan pengguna TPI yang mana berada pada katagori tingkatan sedang dengan presentase sebesar 66,67% responden. Masyarakat nelayan pada indikator kepuasan pengguna TPI, mayoritas memberikan nilai katagori sedang. Hal ini karena, para responden merasa belum menemukan rasa kepuasan yang tinggi dari kinerja TPI Pondok Mimbo sekarang, karena dari kinerja TPI Pondok Mimbo dari indikator tersebut masih belum optimal.

5.1.1.1 SDM (Personil TPI Pondok Mimbo)

SDM atau Sumber Daya Manusia adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. SDM juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan

perusahaan. Pada hakikatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan disebuah organisasi sebagai penggerak untuk mencapai tujuan. Subindikator SDM merupakan yang memiliki aktivitas kerja di TPI Pondok Mimbo. SDM yang dimaksud adalah masyarakat yang berada di area TPI, Tugas personil serta jumlah personil yang aktif. Indikator SDM menentukan tingkat peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkap ikan nelayan, karena dengan SDM segala aktivitas TPI Pondok Mimbo akan berjalan sebagaimana mestinya. Berikut merupakan tabel subindikator SDM.

Tabel 5.2 Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator SDM

Subindikator	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Jumlah Personil	30,77	48,72	20,51	Sedang
Tugas Personil	0	25,64	74,36	Tinggi
Asal Personil	15,38	61,54	23,08	Sedang

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran B)

Berdasarkan tabel 5.2 terdapat subindikator dari indikator SDM pada tingkatan peran TPI Pondok Mimbo. Subindikator tersebut yaitu Jumlah SDM yang aktif dalam kegiatan TPI Pondok Mimbo. Subindikator jumlah personil yang aktif digolongkan pada pekerja yang ada di TPI. Sesuai dengan tabel 5.2 yang menunjukkan subindikator SDM, yaitu jumlah personil berada pada katagori tingkatan peran TPI terhadap proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan tergolong katagori sedang dengan jumlah presentase 48,72%.

Hal ini menunjukkan bahwa pada katagori jumlah personil yang ada pada TPI Pondok Mimbo, bagi masyarakat nelayan masih memiliki peran sedang, karena proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan tidak tergantung sepenuhnya pada jumlah personil TPI Pondok Mimbo. Berdasarkan keberadaan jumlah personil TPI pada peningkatan peran indikator SDM TPI Pondok Mimbo, jumlah personil TPI Pondok Mimbo memiliki 11 personil atau petugas. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya paling sedikit personil yang melakukan tugasnya sebanyak enam orang yang mana 6 personil tersebut bertugas di 3 timbangan di TPI Pondok Mimbo, hal ini menurut para responden dikatakan cukup, karena yang diinginkan para nelayan bahwa hasil tangkapan ikan mereka dapat dipasarkan dengan melakukan penimbangan di TPI Pondok Mimbo. Struktur yang

semestinya yaitu pimpinan atau kepala, kelompok jabatan fungsional, sub bagian tata usaha, pelaksana lelang, pelaksana pembukuan serta pelaksana pendataan dan pelaporan

Tabel 5.2 juga menunjukkan bahwa tingkatan peran TPI Pondok Mimbo pada subindikator tugas personil yang jelas termasuk dalam katagori memiliki tingkat peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan yang tinggi dengan 74,36%. Berdasarkan subindikator tersebut bahwa tugas para personil TPI dalam tingkatan peran TPI Pondok Mimbo pada proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan sangat tinggi.

Subindikator ini bagi masyarakat nelayan, SDM TPI Pondok Mimbo yang memiliki tugas dan fungsi yang jelas dan terarah sangat membantu masyarakat nelayan dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan, salah satu tugas personil SDM TPI Pondok Mimbo yaitu menimbang dan mencatat ikan hasil tangkapan nelayan yang akan dijual. Disamping itu, personil TPI Pondok Mimbo harus selalu ada pada lokasi TPI untuk menunggu setiap waktu kedatangan nelayan dari mencari ikan.

Tabel 5.2 juga menunjukkan bahwa asal daerah para personil memiliki tingkatan peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan dalam katagori sedang dengan presentase sebesar 61,54%. Berdasarkan hal ini dapat diketahui bahwa secara garis besar subindikator daerah asal personil atau pekerja di TPI Pondok Mimbo dalam tingkatan peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan termasuk dalam tingkatan sedang.

Subindikator daerah asal para personil TPI Pondok Mimbo menunjukkan katagori tingkatan peran sedang, karena bagi masyarakat nelayan, asal daerah personil TPI Pondok Mimbo tidak tergantung pada daerah asal para nelayan. Akan tetapi, jika para personil berasal dari lingkungan asal TPI akan membuat para nelayan lebih nyaman dan merasa lebih baik, karena akan lebih mengerti kondisi dan situasi masyarakat nelayan, namun jika para personil TPI berasal dari daerah luar TPI dan para personil tersebut dapat membantu proses pemasaran yaitu proses penimbangan ikan serta pencatatan, maka bagi masyarakat nelayan tidak

dipermasalahan. Berdasarkan hasil wawancara, keseluruhan personil TPI Pondok Mimbo berasal dari Desa Sumberanyar sendiri.

5.1.1.2 Fasilitas TPI

Fasilitas TPI merupakan indikator dari peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan. Fasilitas sangat memiliki pengaruh dalam peran TPI Pondok Mimbo, karena tanpa adanya fasilitas maka peran TPI Pondok Mimbo tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu fasilitas merupakan salah satu indikator peran dalam peran TPI Pondok Mimbo. Indikator fasilitas TPI juga terdiri dari subindikator. Subindikator tersebut yaitu, terdapatnya timbangan pelelangan, terdapatnya lori, bak atau peralatan lainnya dan terdapatnya gudang penyimpanan hasil tangkapan ikan nelayan. Subindikator tersebut tersaji dalam tabel guna mengetahui tingkatan peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan pada indikator fasilitas TPI, tabel tersebut sebagai berikut:

Tabel 5.3 Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Fasilitas TPI

Subindikator	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Terdapat Timbangan	0	0	100	Tinggi
Terdapat troly, bak, dll	97,44	2,56	0	Rendah
Gudang penyimpanan	41,03	41,03	17,95	Rendah & Sedang

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran B)

Tabel 5.3 menunjukkan bahwa subindikator yang pertama yaitu terdapatnya timbangan di lokasi TPI Pondok Mimbo. Subindikator terdapatnya timbangan di lokasi TPI Pondok Mimbo guna menimbang ikan hasil tangkapan nelayan menunjukkan tingginya tingkatan peran TPI. Hal ini terlihat dari presentase responden yaitu sebesar 100%.

Mengingat bahwa timbangan sangat diperlukan pada proses pemasaran maka fasilitas timbangan sangat dibutuhkan dalam proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan. TPI Pondok Mimbo, memiliki jumlah timbangan ikan sebanyak tiga timbangan, hal ini dikatakan cukup untuk dapat menimbang ikan dari nelayan hasil melaut atau mencari ikan. Timbangan ikan yang ada di TPI Pondok Mimbo yaitu jenis timbangan duduk yang memiliki skala berat

500kg.timbangan duduk yaitu timbangan dimana benda yang ditimbang dalam keadaan duduk. Dengan menggunakan timbangan duduk para nelayan yang melakukan timbang ikan tinggal menaruh bak-bak yang berisi ikan kemudian ditimbang.

Tabel 5.3 juga memaparkan subindikator kedua yaitu terdapatnya fasilitas seperti Troly serta bak. Dari hasil survei dan wawancara responden menunjukkan bahwa pada subindikator ini berada pada katagori tingkatan rendah. Pada tingkatan katagori rendah pada subindikator tersebut terhadap peran TPI Pondok Mimbo memiliki presentase sebesar 97,44%.

Fasilitas yang terdapat pada TPI Pondok Mimbo tersebut sebagian besar responden menyatakan bahwa troly, bak, alat giling es dan sejenisnya yang menyediakan adalah pedagang sendiri, para nelayan hanya melakukan tangkapan ikan dan menempatkan pada bak atau keranjang yang dibawa nelayan saat melaut. selebihnya para pedagang sendiri yang menyediakan. Dengan demikian TPI Pondok Mimbo tidak memberikan fasilitas tersebut. TPI Pondok Mimbo hanya memberikan pelayanan timbang ikan hasil tangkapan nelayan serta menyediakan pelayanan yang lain seperti ketersediaan air.

Tabel 5.3 juga menunjukkan subindikator terdapatnya gudang penyimpanan peran TPI Pondok Mimbo berada pada tingkatan peran dalam katagori rendah dan sedang. Tingkatan peran TPI rendah terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan sebesar 41,03%. Tingkatan peran sedang TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan sebesar 41,03%.

TPI Pondok Mimbo memiliki gudang penyimpanan. Gudang penyimpanan tersebut diperuntukkan bagi masyarakat nelayan untuk menyimpan ikan mereka jika tidak terjual atau pada kondisi hasil tangkapan ikan melimpah dan harga berada pada taraf rendah. Sehingga TPI Pondok Mimbo memberikan fasilitas gudang penyimpanan atau peng-es-an ikan hasil tangkapan nelayan. Akan tetapi gudang tersebut, sebagian besar masyarakat nelayan menunjukkan tingkatan katagori peran rendah dan sedang, hal ini karena pada gudang penyimpanan tidak optimal. Secara fisik tempat dan lokasi ada, akan tetapi penggunaannya tidak

optimal. Kejadian tersebut dikarenakan tidak dioperasionalkannya gudang penyimpanan tersebut, gudang penyimpanan ikan hasil tangkapan nelayan tersebut terhenti beroperasi disebabkan adanya permasalahan kepemilikan TPI Pondok Mimbo, seperti yang dijelaskan diatas bahwa keberadaan TPI Pondok Mimbo sudah beralih pada hak milik guna atau sudah disewahkan kepada masyarakat di Desa Sumveranyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo yang mana masih beraktivitas didalam dunia perikanan.

5.1.1.3 Lokasi TPI

Letak suatu lembaga adalah tempat dimana lembaga melakukan kegiatannya sehari-hari. Menyangkut letak atau indikator lokasi TPI Pondok Mimbo akan dapat membantu masyarakat nelayan dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan, baik saat melaut ataupun saat transaksi dan juga masalah akses jalan. Indikator lokasi TPI Pondok Mimbo terhadap peran TPI Pondok Mimbo indikator lokasi TPI Pondok Mimbo memiliki subindikator sebagai berikut: pertama lokasi pelelangan dekat dengan pelabuhan kapal (PPI), luas latar TPI, dan sarana dan prasarana TPI Pondok Mimbo. Berikut tabel ketiga subindikator tersebut:

Tabel 5.4 Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Lokasi TPI

Subindikator	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Dekat PPI	7,69	33,33	58,97	Tinggi
Luas Latar TPI	20,51	56,41	23,08	Sedang
Sarana dan Prasarana	33,33	56,41	10,26	Sedang

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran B)

Tabel 5.4 menunjukkan subindikator Lokasi TPI yang pertama yaitu lokasi TPI yang dekat dengan PPI (Pangkalan Pendaratan Ikan) atau pelabuhan kapal. Dari hasil wawancara kepada responden, hasil yang didapat yaitu lokasi TPI dekat dengan PPI berada pada katagori tingkatan peran tinggi sebesar 58,97%. Serta pada kondisi katagori sedang memiliki presentase sebesar 33,33%.

Dekatnya lokasi TPI dengan PPI dapat memudahkan para nelayan untuk mengangkut hasil tangkapan ikan langsung ke tempat TPI. Berdasarkan lokasi tempat TPI Pondok Mimbo dekat dengan PPI Pondok Mimbo. Hal ini dapat

dikatakan bahwa lokasi TPI Pondok Mimbo dengan PPI berkategori tinggi seperti apa yang didapatkan dalam wawancara. Responden yang menyatakan 58,97% memang nelayan yang melakukan pelabuhan kapal atau melakukan pendaratan berada dekat dengan TPI Pondok Mimbo, sedangkan responden 33,33% berada agak berjauhan dengan TPI Pondok Mimbo. Berdasarkan hal ini para nelayan yang jauh melabuhkan kapalnya kecenderungan menggunakan jasa angkut panggul yang telah menunggu. Akan tetapi, pendaratan kapal yang dekat dengan TPI Pondok Mimbo pun juga cenderung menggunakan jasa panggul ikan.

Tabel 5.4 juga menunjukkan bahwa luas latar TPI memiliki tingkatan peran yang sedang. Luas latar TPI memiliki tingkatan yang sedang karena sebagian mayoritas masyarakat nelayan beranggapan bahwa luas latar tempat TPI Pondok Mimbo tidak memiliki peran yang sangat penting, sehingga jika memiliki latar yang luas ataupun standar tidak dipermasalahkan oleh masyarakat nelayan, pada kategori ini persentase responden sebesar 56,41%.

Masyarakat nelayan kecenderungan memilih penimbangan ikan serta tempat untuk menaruh ikan hasil tangkapan nelayan yang telah ditimbang. Akan tetapi, masyarakat nelayan juga tidak memungkiri bahwa luas TPI Pondok Mimbo juga memiliki andil dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan ikan nelayan. Dengan latar yang luas, masyarakat nelayan juga lebih leluasa dan nyaman dalam melakukan transaksi jual beli dengan para stakeholder.

Tabel 5.4 juga menunjukkan sarana dan prasarana, memiliki kategori sedang. Sarana dan prasarana memiliki peran penting dalam menghubungkan nelayan dan pedagang guna melakukan transaksi jual beli. Subindikator sarana dan prasarana TPI Pondok Mimbo berada pada kategori tingkatan sedang yaitu sebesar 56,41% berada tingkatan sedang.

Sarana dan prasarana TPI Pondok Mimbo yang berkaitan dengan proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan yaitu antara lain akses jalan, PPI serta sarana penunjang lainnya seperti bangunan dan ketersediaan listrik, air serta sebagainya. Berdasarkan hasil observasi akses jalan dari jalan utama provinsi menuju ke TPI Pondok Mimbo sudah beraspal dan kondisi sangat baik dengan jarak dari jalan provinsi yaitu jalan situbondo-banyuwangi menuju TPI Pondok

Mimbo kurang lebih sebesar 4 kilometer, PPI sudah memiliki tempat penyandaran kapal, serta bangunan yang kokoh serta latar TPI Pondok Mimbo yang telah berubin, serta gudang penyimpanan ikan hasil tangkapan nelayan.

5.1.1.4 Kontribusi TPI Pondok Mimbo pada nelayan

Fungsi pokok Tempat Pelelangan Ikan (TPI) adalah sebagai prasarana pendukung aktivitas nelayan. Berdasarkan fungsi itu, maka tujuan dan sasaran yang hendak dicapai oleh TPI adalah dengan pelayanan yang diberikan diharapkan pendapatan nelayan akan meningkat. Kontribusi TPI Pondok Mimbo pada nelayan merupakan indikator dari peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan. kontribusi TPI Pondok Mimbo terhadap masyarakat nelayan terdiri dari tiga subindikator. Subindikator tersebut yaitu, pelayanan lelang setiap waktu, tersedianya *stakeholder* atau pedagang setiap waktu, dan jaminan kepastian harga. Subindikator tersebut tersaji dalam bentuk tabel guna mengetahui tingkatan peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan pada indikator kontribusi TPI Pondok Mimbo terhadap nelayan. Tabel tersebut sebagai berikut:

Tabel 5.5 Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Kontribusi TPI pada Nelayan

Subindikator	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Lelang Tiap Waktu	100	0	0	Rendah
Tersedianya <i>Stakeholder</i>	0	20,51	79,49	Tinggi
Jaminan Harga	100	0	0	Rendah

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran B)

Tabel 5.5 menunjukkan kontribusi TPI Pondok Mimbo terhadap nelayan pada subindikator adanya lelang ikan setiap waktu memiliki tingkatan peran yang rendah. Tingkatan peran TPI terhadap proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan rendah karena tidak adanya proses lelang yang dilakukan di TPI Pondok Mimbo. Proses pemasaran yang dilakukan yaitu dengan penjualan tawar-menawar yang dilakukan oleh nelayan dengan pedagang atau dengan para *'pengamba'* dengan pedagang secara langsung. Sehingga 100% masyarakat nelayan

tidak melakukan pelelangan ikan, dengan demikian tingkatan peran TPI dalam katagori rendah.

Pelelangan ikan hasil tangkapan nelayan setelah melaut seharusnya dilakukan oleh KUD Mina yang mana sebagai pengoperasional pelelangan ikan. Petani yang datang dari melaut atau mencari ikan, kemudian KUD Mina selanjutnya mengumpulkan ikan dari nelayan yang mana dapat diartikan sebagai perantara dari nelayan ke pada pedagang atau pembeli ikan. Kemudian dari ikan hasil tangkapan nelayan dikumpulkan, terjadilah proses lelang yang dilakukan KUD Mina, hasil lelang yang mana menentukan harga ikan per kilo kemudian para pedagang baik pedagang kecil maupun besar mengikuti harga tersebut.

Faktor utama tidak terjadinya lelang ikan salah satunya yaitu karena masyarakat nelayan Desa Sumberanyar masih berinteraksi dengan para *pengamba*. *Pengamba* mengambil ikan hasil tangkapan nelayan yang kemudian dijual kepada para pedagang. Peran *pengamba* dengan peran TPI Pondok Mimbo saling bergesekan, karena para *pengamba* yang telah lama berinteraksi dengan para nelayan yang mana hubungan sosial budaya ekonomi masih erat dilakukan.

Tabel 5.5 juga menunjukkan bahwa tersedianya *stakeholder* atau pedagang berada pada tingkatan peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan termasuk katagori tinggi. Peran TPI Pondok Mimbo hampir setiap waktu para pedagang datang membeli ikan di lokasi TPI Pondok Mimbo. Bahkan sebelum para nelayan pulang dari mencari ikan atau mendaratkan kapal, para pedagang sudah menunggu. Katagori tingkatan tinggi memiliki presentase sebesar 79,49%.

Hampir 24 jam para pedagang selalu datang untuk membeli ikan dari para nelayan, yaitu pada pagi hari, siang hari, sore hari, malam hari dan dini hari. Pada jam-jam tersebut kebiasaan nelayan datang dari melaut. *Stakeholder* disini yaitu para pedagang ikan yang membeli ikan dari nelayan kemudian menjual kembali kepada konsumen di daerah asal atau di pasar yang para *stakeholder* pasarkan. Daerah asal *stakeholder* yang sering ke TPI Pondok Mimbo antara lain berasal dari daerah Desa Sumberanyar sendiri. Para *stakeholder* yang berasal dari Desa

Sumberanyar yaitu para pedagang ikan eceran dan juga pedagang pindangan. Daerah stakeholder yang lain yaitu dari daerah Kabupaten Situbondo, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Probolinggo, Kabupaten Bondowoso, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Tuban serta Kota Surabaya.

Tabel 5.5 juga menunjukkan bahwa jaminan harga pada subindikator kontribusi TPI Pondok Mimbo terhadap nelayan tergolong pada tingkatan peran TPI Pondok Mimbo rendah. Karena tidak adanya jaminan harga oleh pihak TPI Pondok Mimbo, sehingga para nelayan menjual sendiri dengan proses tawar menawar. Tidak adanya jaminan harga oleh TPI Pondok Mimbo juga dikarenakan tidak adanya lelang ikan. Sehingga 100% masyarakat nelayan tidak menerima kepastian harga dari pihak TPI Pondok Mimbo.

Sebagaimana fungsi TPI Pondok Mimbo yang dilakukan oleh para *pengamba'*, maka jaminan harga tidak ada. Hal demikian karena para *pengamba'* bertanggung jawab terhadap ikan nelayan untuk dijual kepada para pedagang yang ingin membeli ikan. Fungsi TPI yang seharusnya membeli ikan ataupun memasarkan ikan melalui lelang, oleh *pengamba'* hanya melakukan proses pemasaran dengan tawar menawar dengan pedagang.

5.1.1.5 Koperasi

Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang atau badan kelompok dengan melandaskan atas dasar prinsip koperasi dan kaedah ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup anggota. Berbagai Koperasi perikanan (nelayan) tersebut pada awalnya hanya menyelenggarakan jual beli ikan hasil tangkapan melalui pelelangan, kemudian berkembang dengan mengadakan pelelangan ikan dari pengoperasian TPI. Koperasi yang menjalankan fungsi tersebut yaitu KUD Mina, KUD Mina merupakan sebuah KUD yang bergerak pada bidang perikanan.

Indikator koperasi terhadap peran TPI Pondok Mimbo juga memiliki subindikator sebagai berikut: pertama lokasi pelelangan dekat dengan pelabuhan kapal, luas latar lelang, dan sarana dan prasarana TPI Pondok Mimbo. Berikut tabel ketiga subindikator tersesbut:

Tabel 5.6 Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Koperasi

Subindikator	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Peran Koperasi	100	0	0	Rendah
Sistem Koperasi	84,62	15,38	0	Rendah
Bagi Hasil	94,87179	5,1282	0	Rendah

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran B)

Tabel 5.6 menunjukkan bahwa peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan pada subindikator koperasi pada proses lelang memiliki tingkatan peran yang rendah. Hal ini, dikarenakan tidak adanya koperasi, sehingga tidak ada proses atau sistem pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan. Sebesar 100% responden berada pada katagori tingkatan peran TPI Pondok Mimbo pada subindikator perankoperasi rendah.

Peran koperasi perikanan yaitu KUD Mina Rahayu Seharusnya sebagai lembaga yang memberikan manfaat kepada nelayan dalam proses perikanan yang berlangsung, baik pra pemasaran, pemasaran dan juga pasca melut. Proses pelelangan yang dilakukan oleh KUD Mina Rahayu, dalam hal ini TPI melakukan pelelangan masal ikan hasil tangkapan nelayan, kemudian hasil lelang para pedagang mengikuti harga yang ada.

Tabel 5.6 juga menunjukkan subindikator lainnya seperti sistem koperasi seperti cara kerja koperasidan lainnya memiliki tingkatan katagori rendah dengan presentase 84,62%. Cara kerja koperasi yang mana koperasi memiliki kegiatan dalam pengadaan es batu untuk pengawetan ikan, kebutuhan melaut, serta melakukan proses pelelangan ikan hasil tangkapan nelayan.

Selanjutnya pada tabel 5.6 juga menunjukkan subindikator bagi hasil baik antara TPI dengan pemerintahan atau antara TPI atau koperasi dengan nelayan juga memiliki tingkatan peran TPI Pondok Mimbo dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan ikan nelayan rendah, yaitu sebesar 87,18%. Hal ini dikarenakan hampir semua nelayan melakukan proses penjualan ikan dilakukan sendiri dan juga proses penangkapan ikan juga dengan modal sendiri serta dengan bantuan dengan *pengamba*.

5.1.1.6 Kepuasan penggunaan TPI

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan dalam penggunaan dalam hal ini nelayan terhadap peran TPI merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan oleh pengguna tersebut. Indikator selanjutnya yaitu kepuasan pengguna TPI. Kepuasan pengguna TPI Pondok Mimbo merupakan indikator dari peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan. Kepuasan pengguna TPI Pondok Mimbo terdiri dari tiga subindikator. Subindikator tersebut yaitu, kepuasan penggunaan TPI berkaitan dengan fasilitas TPI, kepuasan pengguna TPI berkaitan dengan aktivitas TPI, dan kepuasan pengguna TPI berkaitan dengan pelayanan TPI. Subindikator tersebut tersaji dalam bentuk tabel guna mengetahui tingkatan peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan pada indikator pendapatan nelayan. Tabel tersebut sebagai berikut:

Tabel 5.7 Tingkat Peran Keberadaan TPI Pondok Mimbo Indikator Kepuasan Penggunaan TPI

Subindikator	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Fasilitas	12,82	56,41	30,77	Sedang
Aktivitas	17,95	58,97	23,08	Sedang
Pelayanan	25,64	61,54	12,82	Sedang

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran B)

Tabel 5.7 menunjukkan indikator kepuasan penggunaan TPI Pondok Mimbo yang memiliki subindikator fasilitas yang ada di TPI berada pada tingkatan peran TPI Pondok Mimbo yang sedang, yaitu sebesar 56,41%. Dengan demikian peran pada subindikator fasilitas TPI Pondok Mimbo berada pada katagori tingkatan peran TPI Pondok Mimbo dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan termasuk dalam katagori sedang.

Fasilitas yang seharusnya ada pada TPI Pondok Mimbo harus dapat dirasakan oleh nelayan. Fasilitas yang ada pada TPI Pondok Mimbo atau yang berada di sekitar TPI Pondok Mimbo yaitu PPI, tempat TPI sendiri, tersedianya

air, tempat parkir, pasar, kantor, balai pertemuan, gudang, tempat pengisian BBM, walau jaraknya agak jauh dari tempat TPI Pondok Mimbo. Dari berbagai fasilitas tersebut tidak semuanya beroperasi dengan baik, oleh karena itu pemanfaatan oleh masyarakat nelayan belum cukup memuaskan. Salah satunya yaitu, balai pertemuan yang jarang sekali digunakan serta gudang penyimpanan ikan yang tidak digunakan, serta PPI (Pangkalan Penyandaran Ikan) yang pembangunannya tidak optimal atau belum tuntas 100%, sehingga tempat penyandaran kapal setelah melaut masih kurang memadai.

Tabel 5.7 juga menunjukkan subindikator lainnya yaitu aktivitas TPI Pondok Mimbo dan juga pelayanan TPI Pondok Mimbo berada pada tingkatan peran TPI terhadap proses pemasaran ikan hasil tangkapan ikan nelayan tergolong sedang. Subindikator aktivitas TPI memiliki tingkatan peran sedang yaitu sebesar 58,97%. Masyarakat nelayan menganggap bahwa aktivitas TPI hanya sekedar proses penimbangan ikan yang kemudian hasil timbangan tersebut dicatat dan kemudian para nelayan atau para *pengamba* yang melakukan proses pemasaran ikan.

Selain itu tabel 5.7 menunjukkan subindikator pelayanan TPI memiliki tingkat peran sedang, yaitu sebesar 61,54%. Masyarakat nelayan memberikan tanggapan bahwa peran TPI Pondok Mimbo dalam subindikator pelayanan TPI Pondok Mimbo pada kategori sedang karena pada pelayanan yang diberikan dapat terbilang belum cukup memuaskan, karena tidak adanya proses transaksi jual beli secara pelelangan. Dengan demikian, masyarakat sudah sepenuhnya pada proses penjualan yang dipasrahkan kepada para *pengamba*.

Sesuai dengan peran TPI khususnya TPI Pondok Mimbo yang mana telah dipaparkan beberapa indikator yang dapat menilai tingkatan peran TPI Pondok Mimbo. Peran TPI Pondok Mimbo, menunjukkan bahwa tingkatan Peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan secara keseluruhan termasuk dalam tingkat peran berkategori sedang. Akan tetapi, ada satu indikator yang memiliki kategori tingkatan peran tinggi, indikator tersebut yaitu SDM. Indikator tingkatan peran TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan terdapat enam indikator, indikator

tersebut yaitu SDM atau Sumber Daya Manusia yang mana dalam hal ini berkaitan dengan personil TPI Pondok Mimbo, Fasilitas TPI, Lokasi TPI, Kontribusi TPI terhadap Nelayan, Koperasi, serta indikator yang terakhir yaitu Kepuasan Pengguna TPI. Berdasarkan tingkatan peran TPI, khususnya TPI Pondok Mimbo memiliki fenomena yang berbeda dari seharusnya. Fenomena-fenomena yang berbeda dari fungsi dan peran TPI dijumpai di TPI Pondok Mimbo, tersaji dalam tabel 5.8:

Tabel 5.8 Peran Tempat Pelelangan Ikan Pondok Mimbo Menurut Indikator dan Peraturan Bupati Situbondo, serta Fakta di Lapang Terhadap Proses Pemasaran Ikan Hasil Tangkap Nelayan.

No	Peran TPI Pondok Mimbo	Fakta di Lapang
1.	Sumber daya manusia TPI Pondok Mimbo, tugas, asal personil, dan jumlah personil.	<ul style="list-style-type: none"> - Tugas personil hanya berkaitan dengan proses penimbangan ikan hasil tangkap nelayan, sedangkan pelelangan ikan tidak terjadi. - Asal personil yaitu berasal dari daerah asal TPI berada. - Jumlah personil TPI Pondok Mimbo hanya sebatas personil yang diberi tugas sebagai penimbang ikan, dan pengelola kebersihan TPI.
2.	Fasilitas TPI Pondok Mimbo, Penyediaan dan pengelolaan fasilitas.	Fasilitas TPI Pondok Mimbo yaitu TPI, PPI, Gudang penyimpanan, bak, troly, dll. Fasilitas tersebut yang masih digunakan tempat TPI, PPI, sedangkan yang lainnya tidak beroperasi dan bahkan tidak ada.
3.	Lokasi TPI Pondok Mimbo, sarana dan prasarana Tempat Pelelangan Ikan Pondok Mimbo	Sarana dan prasarana tidak berjalan optimal, prasarana yang ada hanya sebatas bangunan yang fungsinya tidak dimanfaatkan lagi, akses jalan dari jalan provinsi dengan jarak yang relatif dekat akan tetapi masih rusak, serta lokasi TPI dengan PPI bisa dibidang berdekatan.
4.	Kontribusi TPI pada Nelayan.	Kontribusi TPI pada nelayan hanya sebatas proses penimbangan saja, serta keberadaan <i>stakeholder</i> . Pada proses yang lain yaitu seperti proses lelang, jaminan harga tidak

5. Koperasi, sistem koperasi, bagi hasil dan proses lelang.	berjalan sama sekali. Proses lelang dilakukan oleh KUD Mina Rahayu dengan TPI Pondok Mimbo, akan tetapi proses lelang tidak berjalan lagi, bagi hasil tidak ada dan sistem koperasi juga tidak berjalan lagi karena KUD Mina Rahayu tidak berjalan lagi.
6. Kepuasan pengguna TPI, kepuasan masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo.	Masyarakat nelayan lebih cenderung melakukan proses penjualan ikan hasil tangkap ke <i>pengamba'</i> , dan tidak melakukan proses lelang, akan tetapi melakukan proses penimbangan ikan di TPI Pondok Mimbo

Sumber: olahan data primer

Berdasarkan tabel 5.8 peran TPI Pondok Mimbo tidak berjalan optimal. Penjelasan tabel 5.8 menunjukkan peran yang cenderung tidak berjalan sebagaimana mestinya terhadap proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan. Tidak optimalnya peran TPI Pondok Mimbo karena faktor eksternal TPI yaitu sosial budaya masyarakat pesisir Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Salah satu faktor sosial budaya yaitu karena adanya *pengamba'*.

Pengamba' dalam hubungan dengan masyarakat nelayan yaitu sebagai hubungan antara kedua peran yang dapat dinyatakan sebagai kasus khusus dari sebuah ikatan dalam proses pemasaran ikan. *Pengamba'* dan nelayan melibatkan persahabatan instrumental dimana seorang *pengamba'* yang memiliki status sosial ekonomi yang lebih tinggi dibanding dengan para nelayan. Dengan adanya *pengamba'*, proses pemasaran ikan lebih menonjolkan ikatan sosial ekonomi serta budaya. Sehingga masyarakat nelayan dengan kondisi yang ada yaitu TPI yang semestinya ada guna melakukan proses pemasaran ikan melalui lelang tidak lagi optimal bahkan tidak ada sama sekali, masyarakat nelayan lebih memilih proses pemasaran ikan dengan para *pengamba'*. Para nelayan memiliki hutang finansial dan juga hutang budi terhadap para *pengamba'*. Hutang finansial tersebut, para nelayan jika membutuhkan modal baik untuk memperbaiki kapal, membeli kapal serta untuk melaut atau kebutuhan lainnya maka akan menghubungi para

pengamba' guna dapat membantu nelayan. Dengan situasi tersebut, *pengamba* membebani nelayan dengan menyerahkan hasil tangkapan ikan nelayan kepada *pengamba'* yang kemudian dijual oleh *pengamba'*, yang mana nelayan juga ikut dalam transaksi tersebut atau bahkan tidak ikut. Hasil penjualan ikan tersebut kemudian diberikan kepada nelayan sesuai kesepakatan.

5.2 Persepsi Masyarakat Nelayan Terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo

Persepsi merupakan apa yang dilihat seseorang belum tentu sama dengan fakta yang sebenarnya. Secara umum ada tiga faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu, pertama dari orang yang bersangkutan sendiri, kedua sasaran persepsi tersebut dan ketiga faktor situasi. persepsi juga berkenaan dengan pengalaman seseorang atau masyarakat tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan cara menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Setiap orang memiliki persepsi berbeda-beda dalam melakukan menafsirkan aktivitas. Begitu pula dengan masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Situbondo yang memiliki perbedaan persepsi terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo. Persepsi masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo, dapat diketahui dengan cara mengukur aspek kognisi, afeksi, dan psikomotorik

Aspek kognisi atau pengetahuan hubungannya terhadap persepsi nelayan pada TPI Pondok Mimbo yaitu, pengertian persepsi sendiri, seseorang menyimpulkan apa yang orang tersebut terima, sehingga pengetahuan memiliki peranan penting dalam persepsi masyarakat nelayan terhadap TPI Pondok Mimbo. Masyarakat yang memiliki pengetahuan yang cukup akan memberikan persepsi yang baik pula terhadap TPI Pondok Mimbo, akan tetapi kembali lagi kepada setiap individu yang menerima pengetahuannya masing-masing terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo. Aspek afeksi atau sikap/perasaan atau emosi, bagaimana sikap atau perasaan masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo. Sikap tersebut akan menentukan masyarakat dalam menanggapi atau memberikan persepsi terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo. Selanjutnya yaitu aspek psikomotorik, aspek psikomotorik merupakan lingkup dari cakupan

hubungan dari kognisi dengan afeksi. Aspek psikomotorik merupakan tindakan yang mendorong masyarakat dari apa yang mereka dapatkan atau ilmu terhadap sikap yang mereka lakukan sehingga psikomotorik akan memberikan respon perilaku masyarakat terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo.

Guna mengetahui tingkatan persepsi masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo, maka dilakukan pengukuran persepsi masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo yang menghasilkan tingkatan persepsi masyarakat nelayan tersebut. Tingkatan persepsi yang diinginkan terdiri dari tiga tingkatan yaitu yang pertama tingkatan persepsi nelayan rendah terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo dalam proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan, kedua tingkatan persepsi sedang terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo dalam proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan, dan ketiga tingkatan persepsi tinggi terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo dalam proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan.

5.2.1 Aspek persepsi masyarakat nelayan

Dari aspek persepsi masyarakat nelayan tersebut terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo membentuk tingkatan persepsi berdasarkan nilai skoring yang diperoleh pada saat wawancara dengan masyarakat nelayan. Berikut hasil tabulasi skoring aspek kognisi masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo dalam tabel 5.19.

Tabel 5.19 Tingkat Persepsi Nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo

Aspek	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Kognisi	15,38	58,97	25,64	Sedang
Afeksi	5,13	71,79	23,08	Sedang
Psikomotorik	0,00	74,36	25,64	Sedang

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran C)

Tabel 5.19 menunjukkan bahwa masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo memiliki persepsi kategori sedang. Setiap indikator memiliki nilai skor kategori masing-

masing, yang mana setiap nilai tersebut menunjukkan katagori masing-masing aspek.

Tabel 5.19 menunjukkan bahwa aspek kognisi atau pengetahuan masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo berada pada katagori tingkatan sedang, dengan presentase sebesar 58,97%. Katagori tingkatan persepsi masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo sedang menunjukkan bahwa, masyarakat nelayan secara garis besar masih memiliki pengetahuan tentang TPI, aktivitas tentang TPI serta hubungan para responden dengan keberadaan TPI masih tergolong dapat mengerti fungsi serta peran TPI Pondok Mimbo, akan tetapi tidak mengetahui secara detail serta peran TPI Pondok Mimbo secara sepenuhnya, masyarakat nelayan hanya memberikan pandangan pengetahuan tentang TPI sekedar garis besar bahwa TPI Pondok Mimbo merupakan tempat pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan. Responden-responden juga berpendapat TPI bukan hanya tempat lelang namun tempat saling tukar informasi baik mengenai harga atau hasil tangkapan ikan. Sehingga mereka memberikan pandangan persepsi yang katagori sedang.

Aspek selanjutnya yaitu afeksi atau sikap prasaan atau emosi masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo. aspek afeksi memiliki tingkatan perspsi masyarakat nelayan yang tergolong katagori sedang yaitu sebesar 71,79%. Aspek afeksi, pada masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo beranggapan bahwa responden memberikan keterangan dengan adanya TPI Pondok Mimbo mereka merasa terbantu dalam proses pemasaran. Selain proses pemasaran dengan adanya TPI Pondok Mimbo dapat memberikan kepuasan, karena tersedianya tempat untuk pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan yang terpusat. Dengan itu, masyarakat nelayan memasarkan ikan hasil tangkapan mereka lewat TPI Pondok Mimbo, akan tetapi hanya sebatas tempat bertemunya para pedagang dan juga para nelayan atau *pengamba*'.

Tabel 5.19 juga menunjukkan bahwa aspek psikomotorik memiliki tingkatan katagori pada persepsi masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo kedalam katagori sedang. Aspek psikomotorik atau perilaku masyarakat nelayan memiliki presentase sebesar 74,36. Pada aspek ini masyarakat

cenderung melakukan perilaku menggunakan tempat TPI Pondok Mimbo sebagai tempat pemasaran ikan hasil tangkapan mereka, akan tetapi dalam proses tawar menawar atau penjualan masyarakat cenderung menyerahkan kepada para *pengamba*'.

5.2.1.1 Aspek Kognisi (Pengetahuan) masyarakat terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo mengenai peran TPI.

Aspek kognisi atau pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo mengenai peran TPI. Aspek kognisi tersebut memiliki subaspek sebagai berikut: pertama pemahaman secara umum masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo, kedua pemahaman masyarakat nelayan terhadap fungsi atau peran TPI Pondok Mimbo, ketiga pemahaman masyarakat nelayan terhadap ruang lingkup TPI Pondok Mimbo.

Tabel 5.10 Tingkat Persepsi nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo Aspek Kognisi

Subaspek	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Pemahaman Terhadap TPI	30,77	46,16	23,08	Sedang
Fungsi/Peran TPI	33,33	51,28	15,39	Sedang
Ruang Lingkup TPI	33,33	53,85	12,82	Sedang

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran C)

Tabel 5.10 menunjukkan bahwa tingkatan persepsi masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo pada subaspek kognisi yang pertama yaitu pemahaman secara umum masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI memiliki persepsi kategori sedang dengan presentase sebesar 46,15%. Dapat dilihat bahwa mayoritas masyarakat nelayan memiliki persepsi sedang. Tingkat persepsi sedang karena mayoritas pemahaman umum terhadap TPI Pondok Mimbo berada pada skor tingkatan sedang, atau memiliki pemahaman yang rata-rata. Masyarakat nelayan masih memiliki pemahaman terhadap TPI lebih condong kepada pemahaman terhadap TPI Pondok Mimbo merupakan tempat dan lokasi jual beli ikan hasil tangkapan nelayan.

Tabel 5.10 juga menunjukkan subaspek kedua dari aspek kognisi yaitu pemahaman masyarakat nelayan terhadap fungsi atau peran TPI memiliki

tingkatan persepsi katagori sedang. Pada tingkatan persepsi katagori sedang memiliki presentase sebesar 51,28%. Artinya, secara umum mayoritas masyarakat nelayan memiliki tingkatan persepsi yang sedang terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo. kebanyakan masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo memberikan pengetahuan terhadap fungsi TPI Pondok Mimbo sebagai tempat penimbangan serta pencatatan hasil perolehan ikan nelayan. akan tetapi, dalam proses pelelangan kebanyakan masyarakat tidak atau belum mengetahui.

Tabel 5.10 juga menunjukkan bahwa pada subaspek kognisi ketiga yaitu pemahaman masyarakat nelayan terhadap ruang lingkup TPI Pondok Mimbo berada pada tingkatan katagori persepsi sedang. Persepsi masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo sedang sebesar 53,85%. Artinya pemahaman masyarakat nelayan terhadap fungsi atau peran TPI Pondok Mimbo sedang. Ruang lingkup disini yaitu batasan TPI Pondok Mimbo dalam fungsi dan perannya, masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo memberikan pemahaman terhadap ruang lingkup TPI Pondok Mimbo sebatas apa yang mereka lihat selama ini, kebanyakan masyarakat nelayan menyadari ruang lingkup TPI Pondok Mimbo terkait batasan dan sarana prasarana yang ada, seperti PPI, akses jalan, fasilitas dan lainnya. Akan tetapi masyarakat nelayan tersebut tidak sepenuhnya mengerti fungsi ruang lingkup tersebut.

5.2.1.2 Aspek afeksi (Sikap/Perasaan, Emosi) masyarakat terhadap keberadaan tpi Pondok Mimbo.

Aspek afeksi atau (Sikap/Perasaan, Emosi) masyarakat terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo, aspek afeksi tersebut memiliki subaspek sebagai berikut: pertama sikap/perasaan, emosi terhadap kepuasan masyarakat nelayan pada pelayanan TPI Pondok Mimbo, kedua sikap/perasaan, emosi terhadap kepuasan masyarakat nelayan terhadap pemakaian tempat serta fasilitas TPI, ketiga sikap/perasaan, emosi terhadap hubungan sial masyarakat nelayan dengan TPI Pondok Mimbo.

Tabel 5.11 Tingkat Persepsi nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo Aspek Afeksi

Subaspek	Presentase (%)			Katagori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Kepuasan Nelayan pada pelayanan TPI	25,64	64,1	10,26	Sedang
Kepuasan Pemakaian Tempat dan Fasilitas TPI	15,39	58,97	25,64	Sedang
Hubungan Sosial budaya TPI dengan Nelayan	17,95	64,1	17,95	Sedang

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran C)

Tabel 5.11 menunjukkan bahwa tingkat persepsi masyarakat nelayan area TPI Pondok Mimbo pada subaspek pelayanan TPI Pondok Mimbo berada pada persepsi katagori sedang. Katagori persepsi masyarakat nelayan sedang sebesar 64,10%. Dapat dilihat bahwa mayoritas masyarakat nelayan memiliki persepsi sedang. Tingkat persepsi sedang karena mayoritas masyarakat nelayan sikap/perasaan, emosi terhadap kepuasan masyarakat nelayan pada pelayanan TPI Pondok Mimbo memiliki tingkat skor sedang. Pelayanan TPI Pondok Mimbo yang sebatas penyediaan tempat dan fasilitas serta pencatatan ikan hasil tangkapan nelayan, memberikan dampak sikap masyarakat nelayan yang sedang, karena masyarakat yang mengharapkan optimalisasi TPI Pondok Mimbo, namun belum optimal, akan tetapi masyarakat nelayan tetap melakukan proses transaksi jual beli di TPI Pondok Mimbo.

Tabel 5.11 juga menunjukkan subaspek kedua pemakaian tempat serta fasilitas TPI berada pada tingkatan persepsi katagori sedang sebesar 58,97%. Sehingga secara umum mayoritas masyarakat nelayan memiliki tingkatan persepsi sikap/perasaan, emosi terhadap kepuasan masyarakat nelayan terhadap pemakaian tempat serta fasilitas TPI yang sedang. Tempat dan fasilitas yang disediakan TPI Pondok Mimbo antara lain, tempat TPI, PPI, gudang serta fasilitas Timbangan dan pencatatan. Pada proses jual beli ikan masyarakat nelayan melakukan proses pemasaran di TPI Pondok Mimbo, akan tetapi masyarakat masih cenderung

melaukukannya pemasaran dengan fasilitas sendiri, TPI hanya menyediakan tempat serta timbangan.

Tabel 5.11 juga menunjukkan bahwa pada subaspek afeksi ketiga hubungan sosial masyarakat nelayan dengan TPI Pondok Mimbo berada pada tingkatan kategori persepsi sedang. Persepsi masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo mengenai sikap/perasaan, emosi terhadap hubungan sosial masyarakat nelayan dengan TPI Pondok Mimbo sedang sebesar 64,10%. Artinya pemahaman masyarakat nelayan terhadap fungsi atau peran TPI Pondok Mimbo dalam tingkatan sedang. Hubungan masyarakat nelayan dengan TPI Pondok Mimbo hanya sebatas hubungan bisnis atau hubungan untuk melakukan proses transaksi jual beli dengan para pedagang. Hubungan sosial budaya masyarakat nelayan cenderung kepada para *pengamba*'.

5.2.1.3 Aspek psikomotorik (tindakan) masyarakat terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan nelayan.

Aspek psikomotorik atau (tindakan) masyarakat terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan nelayan, aspek psikomotorik tersebut memiliki subaspek sebagai berikut: pertama tindakan masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo dengan menjual hasil tangkapan ikan nelayan lewat TPI, kedua tindakan masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo dengan menjual hasil tangkapan ikan nelayan lewat *pengamba*' dan ketiga tindakan masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo dengan menggunakan segala fasilitas yang terdapat di TPI Pondok Mimbo. Ketiga subindikator tersebut dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 5.12 Tingkat Persepsi nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo Aspek Psikomotorik

Subaspek	Presentase (%)			Kategori
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Menjual Ikan Lewat TPI	100	0	0	Rendah
Menjual Ikan Lewat <i>Pengamba</i> '	0	7,69	92,31	Tinggi
Memakai Fasilitas TPI	23,08	46,15	30,77	Sedang

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran C)

Tabel 5.12 menunjukkan bahwa subaspek menjual hasil tangkapan ikan nelayan lewat TPI memiliki tingkat persepsi rendah. Tingkat persepsi rendah sebesar 100% responden. Masyarakat nelayan tidak menjual menggunakan TPI atau sistem lelang karena tidak adanya pelanggan. TPI hanya sebagai tempat pertemuannya antara pedagang dengan para nelayan. TPI Pondok Mimbo juga hanya menimbang hasil tangkapan ikan nelayan. Masyarakat nelayan memanfaatkan TPI sebatas tempat penimbangan dan tempat bertemunya masyarakat nelayan yang menjual ikan hasil tangkapan nelayan kepada para pedagang yang datang dan membeli ikan tersebut setelah dicatat dan ditimbang di TPI Pondok Mimbo.

Tabel 5.12 juga menunjukkan subaspek selanjutnya yaitu tindakan masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo dengan menjual hasil tangkapan ikan nelayan lewat *pengamba'*, memiliki kategori tinggi. Tingkatan persepsi perilaku masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo dengan menjual hasil tangkapan ikan nelayan lewat *pengamba'* tinggi sebesar 92,31%. Berdasarkan hal ini, nelayan melakukan proses pemasaran dengan menggunakan para *pengamba'*. Sehingga *pengamba'* memiliki peranan penting dalam proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan. Masyarakat nelayan condong atau secara mayoritas menjual atau memberikan kepercayaan kepada *pengamba'* untuk memasarkan hasil tangkapan ikan nelayan. Sehingga proses pemasaran yaitu tawar-menawar sepenuhnya oleh *pengamba'*, akan tetapi tak jarang para nelayan juga ikut menemani.

Tabel 5.12 juga menunjukkan bahwa pada subaspek tindakan masyarakat nelayan TPI Pondok Mimbo dengan menggunakan segala fasilitas yang terdapat di TPI Pondok Mimbo berada pada kategori persepsi sedang dengan presentase 46,15%. Mayoritas responden atau masyarakat nelayan cenderung masih memakai segala fasilitas yang tersedia di TPI Pondok Mimbo. Jika TPI Pondok Mimbo menyediakan fasilitas lengkap maka sepenuhnya pasti akan digunakan atau dimanfaatkan sepenuhnya oleh masyarakat nelayan, walaupun tidak lengkap atau tidak semua fasilitas ada dan hanya sebagian, maka masyarakat nelayan tetap akan memanfaatkannya.

Berdasarkan tingkatan persepsi masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kabupaten Situbondo, yang berdasarkan indikator kognisi, afeksi, dan psikomotorik, menjadikan gambaran fenomena pola pikir dan juga pola tindakan masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Berkenaan dengan persepsi masyarakat nelayan tersebut, terdapat beberapa fenomena persepsi masyarakat nelayan, berikut sajian persepsi masyarakat nelayan Desa Sumberanyar pada tabel 5.9:

Tabel 5.13 Persepsi Masyarakat Nelayan terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo

No	Aspek	Persepsi Masyarakat Nelayan
1	Kognisi	<ul style="list-style-type: none"> - 25,64% nelayan memiliki pemahaman terhadap TPI Pondok Mimbo, yaitu Tempat Pelelangan Ikan hasil tangkapan nelayan dan tempat sebagai pengembangan masyarakat nelayan ke arah yang lebih sejahtera. nelayan mengetahui TPI Pondok Mimbo sebagai tempat penimbangan ikan hasil tangkap nelayan, nelayan mengetahui peran TPI Pondok Mimbo sebagai tempat proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan. Selebihnya masyarakat nelayan hanya sebatas mengetahui tanpa memahami TPI Pondok Mimbo. - Masyarakat nelayan memberikan penjelasan ruang lingkup TPI Pondok Mimbo hanya sebatas proses pemasaran hasil tangkap ikan nelayan dan sebagian lagi mengetahui TPI Pondok Mimbo selain sebagai tempat proses pemasaran TPI juga sebagai pengembangan nelayan
2	Afeksi	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat nelayan 71,79% cenderung memberikan respon kepuasan terhadap kinerja atau pelayanan TPI Pondok Mimbo dengan memberikan respon antara antusias dan acuh, artinya dalam kinerja/pelayanan TPI Pondok Mimbo masyarakat berada pada nilai yang sedang. - Masyarakat nelayan menyikapi mengenai tempat TPI Pondok Mimbo dan juga segala sarana dan prasarana TPI Pondok Mimbo, berkaitan dengan itu mayoritas masyarakat nelayan memberikan sikap menggunakan fasilitas TPI Pondok Mimbo akan tetapi masih mempertanyakan fasilitas TPI yang lain. - Masyarakat nelayan memberikan sikap yang positif terhadap hubungan TPI Pondok Mimbo dengan masyarakat nelayan, namun hubungan tersebut hanya sebatas sebagai tempat proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan

-
- 3 Psikomotorik
- Tindakan masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo sebesar 74,36 adalah antara antusias dengan acuh, artinya masyarakat nelayan tidak melakukan penjualan ikan melewati TPI Pondok Mimbo, akan tetapi kepada lembaga pemasaran social yaitu *pengamba'* dan tetap melakukan proses pemasaran dengan memakai fasilitas TPI Pondok Mimbo yang ada.
 - *Pengamba'* merupakan jalan atau tempat para nelayan melakukan proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan, kecenderungan nelayan melakukan proses pemasaran dengan *pengamba'* yaitu karena social buyadaya serta keterikatan antara *pengamba'* dan nelayan
 - Tindakan nelayan yang lain yaitu melakukan aktivitas dengan cara memakai fasilitas di TPI Pondok Mimbo. Masyarakat nelayan tidak semuanya menggunakan fasilitas TPI Pondok Mimbo, namun sebagian membawa sendiri fasilitas tersebut seperti bak, es batu, garam dll. Dengan demikian tindakan masyarakat nelayan dapat digolongkan sebagai timbal balik terdapat keberadaan TPI Pondok Mimbo berkaitan dengan fasilitas.
-

Sumber: olahan data primer

Berdasarkan tabel 5.13 menjelaskan bahwa masyarakat nelayan membentuk persepsi berkenaan dengan keberadaan TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan, mengarah kepada peran TPI Pondok Mimbo yang diambil alih oleh para *pengamba'*. Nelayan juga memberikan respon yang antusias terhadap *pengamba'*, terbukti dari segala aktivitas pemasaran masyarakat nelayan dilakukan oleh *pengamba'*, Tempat Pelelangan Ikan hanya sebatas menimbang dan tempat bertemunya para pedagang.

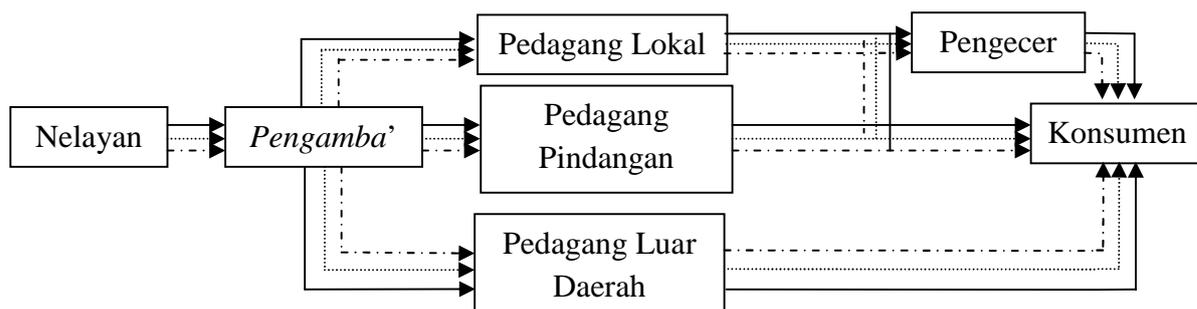
Keberadaan TPI Pondok Mimbo tidak memberikan pengaruh apapun terhadap pola pikir dan tindakan masyarakat nelayan, TPI pondok Mimbo pada awal berjalan memang memberikan efek positif kepada masyarakat nelayan, akan tetapi TPI Pondok Mimbo tersebut tidak dapat mempertahankan kondisi tersebut, sehingga *pengamba'* lah yang memiliki dominansi terhadap nelayan pada proses pemasaran ikan nelayan. Masyarakat nelayan memahami betul peran dan fungsi TPI Pondok MIMO, dan paham betul apa yang harus dilakukan oleh TPI Pondok Mimbo terhadap proses pemasaran hasil tangkap ikan nelayan agar masyarakat

nelayan dapat melakukan proses pemasaran lebih optimal. Akan tetapi, masyarakat nelayan lebih memilih pengamba' untuk melakukan proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan karena fungsi dan peran pengamba' sangat erat dengan kondisi nelayan, sehingga pengamba' dapat memeberikan solusi pemasaran dan solusi yang lain berkaitan dengan kondisi masyarakat nelayan saat itu. Akan tetapi, masyarakat nelayan tidak mengabaikan keberadaan TPI Pondok Mimbo, sebagaimana aktivitas masyarkat nelayan, yaitu memakai segala fasilitas dan segala sesuatu di TPI Pondok Mimbo. Dengan demikiann, TPI Pondok Mimbo masih memberikan pengaruh terhadap proses pola pikir dan tindakan serta sikap masyarakat nelayan.

5.3 Pola Saluran dan Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan

Saluran pemasaran merupakan suatu rantai kegiatan yang mana terjadi proses transaksi jual beli. Saluran pemasaran dapat dilihat dari berbagai aspek, baik dari rantai pasok, aliran informasi serta aliran keuangan. Begitu pula yang terjadi diproses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan di TPI Pondok Mimbo yang memiliki saluran pemasaran.

Saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan terdiri dari berbagai jenis ikan, kecenderungan nelayan mencari ikan sesuai dengan apa yang diinginkan atau diminati oleh pedagang. Jenis ikan tersebut yaitu jenis ikan tongkol, ikan layang dan jenis ikan teri. Jenis ikan hasil tangkapan nelayan tersebut memiliki saluran pemasaran yang relatif sama, sehingga membentuk pola saluran pemasaran yang saling berhubungan antara satu jenis ikan dengan jenis ikan lainnya. Berdasarkan pemaparan tersebut, saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Situbundo, yaitu:



Gambar 5.1 Pola Alur Saluran Pemasaran Jenis Ikan di TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo

Keterangan:

————— : Alur saluran pemasaran Jenis ikan layang

..... : Alur saluran pemasaran Jenis ikan tongkol

- - - - - : Alur saluran pemasaran Jenis ikan teri

Berdasarkan gambar 5.1 nelayan secara garis besar berhubungan dengan *pengamba'*. Proses transaksi jual beli hasil tangkapan ikan nelayan dilakukan oleh *pengamba'*. Nelayan bertransaksi dengan *pengamba'* dengan ikatan piutang atau kontrak. Sehingga, para pedagang lokal maupun luar melakukan transaksi jual beli dengan *pengamba'*. Aliran informasi yang terjadi, *pengamba'* memegang peran penting, karena *pengamba'* menghubungkan informasi dari nelayan kepada pedagang. Aliran informasi tersebut berkenaan dengan informasi hasil tangkapan ikan dari nelayan kepada pedagang dan juga informasi harga diantara para pedagang dengan para *pengamba'*. Secara berurutan berdasarkan gambar 5.1 saluran pemasaran tersebut dapat diurai sebagai berikut:

1. Nelayan – *pengamba'* – pedagang pindangan – konsumen
2. Nelayan – *pengamba'* – pedagang lokal – konsumen
3. Nelayan – *pengamba'* – pedagang lokal – pedagang pengecer – konsumen
4. Nelayan – *pengamba'* – pedagang luar daerah – konsumen

Pengamba' di TPI Pondok Mimbo memiliki peran vital. Peran *pengamba'* dalam saluran pemasaran tersebut adalah menghubungkan antara nelayan dengan para pedagang. Hal tersebut dikarenakan, yang melakukan proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan adalah para *pengamba'*. Kegiatan pemasaran yang dilakukan *pengamba'* adalah kesepakatan bersama antara para nelayan dan *pengamba'*.

Hubungan *pengamba'* dengan nelayan TPI Pondok Mimbo akan terikat terus hingga kesepakatan yang terjalin sudah tidak berlaku lagi. Terjalannya kesepakatan antara *pengamba'* dengan para nelayan adalah karena adanya hutang piutang, hutang nelayan kepada *pengamba'* mengharuskan proses pemasaran hasil

tangkapan ikan nelayan dilakukan oleh *pengamba'*, walau nelayan tidak berperan dalam kesepakatan harga antara pedagang yang membeli ikan dengan *pengamba'*.

Terdapat pedagang luar dan juga pedagang lokal yang memiliki peran dalam proses jual beli. Pedagang lokal antara lain yaitu, pedagang pindangan. Pedagang pindangan adalah pedagang yang mengolah lebih lanjut hasil tangkapan ikan nelayan. Hasil olahan tersebut kemudian dipasarkan kembali keluar daerah. Selain pedagang pindangan, juga pedagang pasar yang terdapat di area TPI Pondok Mimbo. Pedagang pasar menjual kembali hasil tangkapan ikan nelayan dengan cara kiloan atau eceran. Mengingat para *pengamba'* menjual ikan hasil tangkapan nelayan dengan para pedagang besar, sehingga peran pedagang pasar/kecil menargetkan para konsumen kecil.

Pedagang luar berasal dari Kabupaten Situbondo, Banyuwangi, Probolinggo dan bondowoso, serta luar daerah lainnya. Berdasarkan informasi masyarakat nelayan, para pedagang luar datang ke TPI Podok Mimbo karena ditempat para pedagang berasal kurangnya pasokan ikan oleh nelayan. Informasi serupa juga didapat dari para pedagang, namun terlebih dahulu para pedagang luar mencari informasi pada masyarakat nelayan. Dalam hal ini, hubungan atau masuknya pedagang luar ke TPI Pondok Mimbo disambut gembira, karena sangat membantu terjualnya ikan hasil tangkapan para nelayan.

5.3.1 Efisiensi Saluran pemasaran

Sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen. Produsen dalam hal ini adalah nelayan sedangkan konsumen merupakan para pedagang atau konsumen akhir. Guna mengetahui efisiensi saluran pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan secara ekonomis adalah dengan melihat margin pemasaran dan bagian yang diterima nelayan pada tiap saluran pemasaran yang ada.

Saluran pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar kecamatan banyuputih situbondo terdiri dari lima

saluran pemasaran. Lima saluran pemasaran tersebut dibedakan berdasarkan jenis ikan yang diperoleh nelayan. Sehingga dari keempat jenis ikan tersebut masing-masing memiliki lima saluran pemasaran yang mana setiap saluran pemasaran memiliki nilai margin pemasaran masing-masing. Margin pemasaran tersebut dijabarkan dalam tabel berikut:

1. Saluran Pemasaran Jenis Ikan Layang

a. Saluran pemasaran nelayan/*pengamba'* – pandangan – konsumen

Saluran pemasaran merupakan saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai kekonsumen. Pada saluran pemasaran ini memiliki satu tingkat margin pemasaran, karena saluran pemasaran ini melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pandangan. Pedagang pandangan merupakan pedagang yang mengambil ikan langsung dari nelayan melalui *pengamba'*. Pedagang pandangan mengambil ikan atau membeli ikan hasil tangkapan nelayan jenis ikan layang, tongkol serta teri karena jenis ikan tersebut cenderung disukai pasar. Sehingga pedagang pandangan akan membeli ikan tersebut untuk diolah menjadi ikan pandangan kemudian dipasarkan. Berikut tabel margin pemasarannya:

Tabel 5.14 Margin Pemasaran Ikan layang Saluran Pemasaran Nelayan/*pengamba'* dan Pedagang Pandangan

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share (%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	12,000	68.57				
Pedagang pandangan						
Harga Beli	12,000					
Biaya proses pandang	2,465		14.09		44.82	
Biaya Tenaga Kerja	1,200		6.86		21.82	
Biaya Transportasi	500		2.86		9.09	
Harga Jual	17,500					
Keuntungan	1,335	7.63		24.27		0.32
Konsumen	17,500					
margin Pemasaran	5,500	76.20	23.80	24.27	75.73	
Total (%)			100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.14 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan sebesar 76,20% dan *share* biaya sebesar 23,80%, sehingga dapat diketahui bahwa saluran pemasaran tersebut menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Nilai *share* biaya terbesar pada saluran pemasaran ini yaitu pada biaya proses pindangan. Distribusi margin diketahui bahwa pedagang pindangan *share* keuntungan pada distribusi margin pemasaran sebesar 24,27%. Pada margin pemasaran satu tingkat, distribusi margin pemasaran tabel 5.14 tersebut hanya pada lembaga pemasaran pedagang pindangan.

Proses pindangan pada pedagang pindangan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo berupa proses pengolahan sebagai berikut, yang pertama ikan yang baru dibeli oleh pedagang pindangan kemudian dibawa ketempat pengolahan, selanjutnya ikan tersebut ditata pada besek-besek yang telah disediakan khusus untuk ikan layang. Kemudian melakukan proses pemasakan ikan dengan perebusan. Setelah itu, ikan baru bisa dipasarkan. Proses inilah yang menyebabkan biaya proses pengolahan ikan pindang memiliki nilai *share* biaya yang besar.

b. Saluran pemasaran nelayan/*pengamba'* – pedagang lokal – konsumen

Saluran pemasaran ini terdiri dari nelayan-*pengamba'*, pedagang lokal yaitu pedagang yang berasal dari Desa Sumberanyar atau pedagang yang berasal dari Kabupaten Situbondo, kemudian konsumen akhir. Saluran pemasaran tersebut termasuk kedalam saluran pemasaran satu tingkat. Saluran satu tingkat mengakibatkan margin pemasaran juga memiliki satu tingkat. Berikut margin pemasaran saluran pemasaran tersebut:

Tabel 5.15 Margin Pemasaran Ikan layang Saluran Pemasaran Nelayan/*pengamba'*, Pedagang lokal dan Konsumen

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share(%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	12,000	80.54				
Pedagang Lokal						
Harga Beli	12,000					
Biaya es	130.00		0.87		4.48	
Biaya transportasi	116.67		0.78		4.02	

Harga Jual	14,900				
Keuntungan	2,653	17.81		91.49	10.76
Konsumen	14,900				
margin Pemasaran	2,900	98.34	1.66	91.49	8.51
Total		100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.15 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan sebesar 98,34% dan *share* biaya sebesar 1,66%, sehingga bahwa saluran pemasaran tersebut menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Keuntungan yang didapat diperoleh karena biaya yang dikeluarkan pedagang tersebut lebih kecil dari pada harga jual setelah dikurangi harga beli. Pada tingkat saluran pemasaran ini, pedagang lokal menjual ikan hasil tangkapan nelayan di pasar lokal juga, yaitu pasar yang berada pada daerah Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo atau pasar yang berada di sekitar lokasi TPI Pondok Mimbo. Pedagang ini merupakan pedagang yang menjual dengan satuan ikan ataupun dengan kiloan. Biaya Distribusi margin diketahui bahwa pedagang ikan layang memiliki *share* keuntungan sebesar 91,49%. Margin pemasaran satu tingkat pada distribusi margin pemasaran tabel 5.15 tersebut hanya pada lembaga pemasaran pedagang lokal.

c. Saluran pemasaran nelayan/*pengamba'* – pedagang lokal – pengecer – konsumen

Selanjutnya pada saluran pemasaran ikan layang yaitu saluran pemasaran yang melibatkan nelayan, *pengamba'*, pedagang lokal, pengecer atau bakul, kemudian konsumen akhir. Pedagang lokal yang membeli ikan nelayan kemudian memasarkan ikan tersebut kepada para bakul ikan yang kemudian para bakul ikan akan memasarkan ikan tersebut kepada konsumen akhir. Pada saluran ini termasuk kedalam saluran pemasaran 2 tingkat, karena melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pedagang lokal serta pedagang pengecer atau bakul ikan, berikut tabel margin pemasarannya:

Tabel 5.16 Margin Pemasaran Ikan layang Saluran Pemasaran Nelayan/*pengamba'*, Pedagang lokal, pengecer dan Konsumen

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share(%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	12,000	67.80				
Pedagang Lokal						
Harga Beli	12,000					
Biaya es	130.00		0.73		2.28	
Biaya transportasi	116.67		0.66		2.05	
Harga Jual	14,200					
Keuntungan	1,953	11.04		34.27		7.92
Pedagang Bakul						
Harga beli	14,200					
Biaya transportasi	1,000		5.65		17.54	
harga jual	17,700					
Keuntungan	2,500	14.12		43.86		2.50
Konsumen	17,700					
margin Pemasaran	5,700	92.96	7.04	78.13	21.87	
Total			100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.16 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan sebesar 92,96% dan *share* biaya sebesar 7,04%, sehingga dapat diketahui bahwa saluran pemasaran tersebut menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Keuntungan yang didapat diperoleh karena biaya yang dikeluarkan pedagang tersebut lebih kecil dari pada harga jual setelah dikurangi harga beli. pada nilai *share* keuntungan pedagang pengecer memiliki nilai keuntungan yang lebih besar dari pada pedagang lokal yaitu sebesar 11,04% dibandingkan dengan nilai *share* keuntungan pedagang pengecer yaitu sebesar 14,12%. Biaya transportasi dalam hal ini dalam liter perkilogram, yang mana setiap satu kilogram sama dengan Rp. 116,67 untuk pedagang lokal dan Rp. 10.000 per 10 kilogram pada pedagang bakul, jadi setiap 1 kilogram biaya transport pedagang bakul sebesar Rp. 1.000.

Distribusi margin pemasaran, pedagang lokal memperoleh nilai *share* keuntungan distribusi margin pemasaran sebesar 48,08 dan pedagang pengecer sebesar 51,92%. Berdasarkan nilai distribusi margin *share* nilai keuntungan tersebut bahwa nilai *share* keuntungan kedua lembaga memiliki selisih yang kecil yaitu sebesar 4,55%. Nilai ini dapat dikatakan sebagai selisih perbandingan pemerataan nilai *share* keuntungan dari lembaga pemasaran.

d. Saluran pemasaran nelayan/*pengamba'* – pedagang luar – konsumen

Pemasaran ikan layang selanjutnya yaitu dengan melibatkan pedagang luar daerah, yaitu pedagang yang berasal dari luar Desa Sumberanyar atau luar Kabupaten Situbondo. Saluran pemasaran tersebut termasuk dalam saluran pemasaran satu tingkat. Pemasaran satu tingkat karena melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang luar daerah yang kemudian memasarkan ikan kepada konsumen akhir. Pedagang luar daerah tersebut memiliki peran dalam mendistribusikan hasil tangkapan ikan nelayan kepada konsumen akhir luar daerah. Tabel saluran pemasaran dan margin pemasaran tersebut yaitu:

Tabel 5.17 Margin Pemasaran Ikan layang Saluran Pemasaran Nelayan/*pengamba'*, Pedagang luar dan Konsumen

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share (%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	12,000	80.54				
Pedagang Luar Daerah						
Harga Beli	12,000					
Biaya es	130.00		0.87		4.48	
Biaya transport	842.86		5.66		29.06	
Harga Jual	14,900					
Keuntungan	1,927	12.93		66.45		1.98
Konsumen	14,900					
margin Pemasaran	2,900	93.47	6.53	66.45	33.55	
Total			100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.17 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan sebesar 93,47% dan *share* biaya sebesar 6,53%, sehingga dapat diketahui bahwa saluran pemasaran tersebut menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Keuntungan yang

didapat diperoleh karena biaya yang dikeluarkan pedagang tersebut lebih kecil dari pada harga jual setelah dikurangi harga beli. *Share* keuntungan yang diperoleh dari saluran ini pedagang luar daerah memperoleh *share* keuntungan sebesar 12,93% dan bagi nelayan sendiri sebesar 80,54%. Distribusi margin diketahui bahwa pedagang ikan layang memiliki *share* keuntungan sebesar 66,55%. Pada margin pemasaran satu tingkat, distribusi margin pemasaran tabel 5.15 tersebut hanya pada lembaga pemasaran pedagang.

2. Saluran Pemasaran Jenis Ikan Tongkol

a. Saluran pemasaran nelayan/*pengamba'* – pindangan – konsumen

Saluran pemasran ikan tongkol yang melibatkan pedagang pindangan sama dengan saluran pemasran ikan layang, yaitu memiliki satu tingkat margin pemasaran. Pedagang pindangan merupakan pedagang yang mengambil ikan langsung dari nelayan, karena asal pedagang pindangan berasal sama dengan daerah para nelayan. Sehingga pedagang pindangan akan membeli ikan tersebut untuk diolah menjadi ikan pindangan kemudian dipasarkan ke konsumen. Berikut tabel margin pemasarannya:

Tabel 5.18 Margin Pemasaran Ikan tongkol Saluran Pemasaran Nelayan/*pengamba'* dan Pedagang Pindangan

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share (%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	12,500	50.00				
Pedagang pindangan						
Harga Beli	12,500					
Biaya proses pindang	2,825		11.30		22.60	
Biaya Tenaga Kerja	1,200		4.80		9.60	
Biaya Transportasi	500		2.00		4.00	
Harga Jual	25,000					
Keuntungan	7,975	31.90		63.80		1.76
Konsumen	25,000					
margin Pemasaran	12,500	81.90	18.10	63.80	36.20	
Total			100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.18 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan margin pemasaran ikan tongkol sebesar 81,90% dan *share* biaya margin pemasaran ikan tongkol

sebesar 18,10%, sehingga dapat diketahui bahwa saluran pemasaran ikan tongkol menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Pada saluran pada pedagang pindangan, diketahui bahwa nilai transportasi yaitu sebesar Rp. 500 per satu kilogram. Yang mana setiap pengiriman maksimal sebesar sebanyak 1.000 renteng. Setiap satu renteng ikan pindang berjumlah 12 besek. Distribusi margin pemasaran ikan tongkol memiliki nilai *share* keuntungan sebesar 63,80%. Pada margin pemasaran satu tingkat, distribusi margin pemasaran ikan tongkol hanya pada lembaga pemasaran pedagang pindang.

b. Saluran pemasaran nelayan/*pengmba'* – pedagang lokal – konsumen

Saluran pemasaran ikan tongkol ini terdiri dari nelayan, *pengmba'*, pedagang lokal. Pedagang lokal merupakan pedagang yang berasal dari Desa Sumberanyar atau pedagang yang berasal dari Kabupaten Situbondo, kemudian mendistribusikan ikan tongkol tersebut kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran tersebut termasuk kedalam saluran pemasaran satu tingkat. Saluran satu tingkat mengakibatkan margin pemasaran juga memiliki satu tingkat. Berikut margin pemasaran saluran pemasaran tersebut:

Tabel 5.19 Margin Pemasaran Ikan Tongkol Saluran Pemasaran Nelayan/*pengmba'*, Pedagang Lokal dan Konsumen

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share (%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	12,500	81.17				
Pedagang lokal						
Harga Beli	12,500					
biaya es	130.00		0.84		4.48	
Biaya Transportasi	116.67		0.76		4.02	
Harga Jual	15,400					
Keuntungan	2,653	17.23		91.49		10.76
Konsumen	15,400					
margin Pemasaran	2,900	98.40	1.60	91.49	8.51	
Total			100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.19 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan margin pemasaran ikan tongkol sebesar 98,40% dan *share* biaya margin pemasaran ikan tongkol sebesar 1,60%, sehingga dapat diketahui bahwa saluran pemasaran ikan tongkol

menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Distribusi margin pemasaran ikan tongkol memiliki nilai *share* keuntungan sebesar 91,49%. Pada margin pemasaran satu tingkat, distribusi margin pemasaran ikan tongkol hanya pada lembaga pemasaran pedagang lokal.

c. Saluran pemasaran nelayan/*pengmba'* – pedagang lokal – pengecer – konsumen

Saluran pemasaran ikan tongkol selanjutnya yaitu saluran pemasaran yang melibatkan nelayan/*pengmba'*, pedagang lokal, pengecer atau bakul, kemudian konsumen akhir. Pada saluran ini termasuk kedalam saluran pemasaran dua tingkat, karena melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pedagang lokal serta pedagang pengecer atau bakul ikan, berikut tabel margin pemasarannya:

Tabel 5.20 Margin Pemasaran Ikan Tongkol Saluran Pemasaran Nelayan/*pengmba'*, Pedagang Lokal, Pengecer dan Konsumen

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share(%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	12,500	68.68				
Pedagang Lokal						
Harga Beli	12,500					
Biaya es	130.00		0.71		2.28	
Biaya transportasi	116.67		0.64		2.05	
Harga Jual	14,700					
Keuntungan	1,953	10.73		34.27		7.92
Pedagang Bakul						
Harga beli	14,700					
Biaya transportasi	1,000		5.49		17.54	
harga jual	18,200					
Keuntungan	2,500	13.74		43.86		2.50
Konsumen	18,200					
margin Pemasaran	5,700	93.15	6.85	78.13	21.87	
Total			100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.20 menunjukkan bahwa pada margin pemasaran ikan tongkol memiliki nilai *share* keuntungan sebesar 93,15% dan nilai *share* biaya sebesar 6,85%, sehingga dapat diketahui bahwa saluran pemasaran tersebut menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar

apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Pada nilai *share* keuntungan pedagang pengecer atau bakul memiliki nilai keuntungan yang lebih besar dari pada pedagang lokal yaitu sebesar 13,74% dibandingkan dengan nilai *share* keuntungan pedagang lokal yaitu sebesar 10,73%. Distribusi margin pemasaran, pedagang lokal memperoleh nilai *share* keuntungan sebesar 34,27% dan pedagang pengecer sebesar 43,86%. Berdasarkan nilai distribusi margin *share* nilai keuntungan tersebut menunjukkan keuntungan diantara kedua lembaga pemasaran tersebut memiliki selisih sebesar 9,59%. Berdasarkan selisih distribusi keuntungan tersebut, dapat diketahui bahwa distribusi keuntungan tidak terlalu jauh atau merata.

d. Saluran pemasaran nelayan/*pengmba'* – pedagang luar – konsumen

Saluran pemasaran ikan tongkol selanjutnya yaitu dengan melibatkan pedagang luar daerah. Pedagang luar merupakan pedagang yang berasal dari luar Desa Sumberanyar atau luar Kabupaten Situbondo. Saluran pemasaran tersebut termasuk dalam saluran pemasaran satu tingkat. Tabel saluran pemasaran dan margin pemasaran tersebut yaitu:

Tabel 5.21 Margin Pemasaran Ikan Tongkol Saluran Pemasaran Nelayan/*pengmba'*, Pedagang Luar dan Konsumen

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share (%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	12,500	81.17				
Pedagang Luar Daerah						
Harga Beli	12,500					
Biaya es	130.00		0.84		4.48	
Biaya transport	842.86		5.47		29.06	
Harga Jual	15,400					
Keuntungan	1,927	12.51		66.45		1.98
Konsumen	15,400					
margin Pemasaran	2,900	93.68	6.32	66.45	33.55	
Total			100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.21 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan sebesar 93,68% dan *share* biaya sebesar 6,32%, sehingga dapat diketahui bahwa saluran pemasaran tersebut menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang

diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Nilai *share* keuntungan yang lebih besar dari pada nilai *share* biaya mengakibatkan setiap lembaga mendapatkan keuntungan dari proses pemasaran tersebut. Keuntungan yang didapat diperoleh karena biaya yang dikeluarkan pedagang tersebut lebih kecil dari pada harga jual setelah dikurangi harga beli. Distribusi margin diketahui bahwa pedagang ikan layang memiliki *share* keuntungan sebesar 66,45%. Pada tabel 5.21 yang menunjukkan bahwa pemasaran ikan tongkol dapat dikatakan menguntungkan. *Share* keuntungan yang lebih besar dari pada *share* biaya yang menyebabkan saluran pemasaran menguntungkan, karena jika nilai *share* keuntungan lebih kecil dari pada nilai *share* biaya maka saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan tidak menguntungkan.

3. Saluran Pemasaran Jenis Ikan Teri

a. Saluran pemasaran nelayan/*pengamba'* – pindangan – konsumen

Saluran pemasran ikan teri yang melibatkan pedagang pindangan sama dengan saluran pemasran ikan layang dan jug/a ikan tongkol, yaitu memiliki satu tingkat margin pemasaran. Pedagang pindangan tidak lainnya seperti halnya dalam penjelasan ikan tongkol dan ikan layang, merupakan pedagang yang mengambil ikan langsung dari nelayan. Berikut tabel margin pemasaran jenis ikan teri antara nelayan dan pemindang, yaitu:

Tabel 5.22 Margin Pemasaran Ikan Teri Saluran Pemasaran Nelayan/*pengamba'*, *pengamba'* dan Pedagang Pindangan

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share (%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	15,500	73.81				
Pedagang pindangan						
Harga Beli	15,500					
Biaya proses pindang	1,625		7.74		29.55	
Biaya Tenaga Kerja	1,200		5.71		21.82	
Biaya Transportasi	500		2.38		9.09	
Harga Jual	21,000					
Keuntungan	2,175	10.36		39.55		0.65
Konsumen	21,000					
margin Pemasaran	5,500	84.17	15.83	39.55	60.45	

Total	100	100
-------	-----	-----

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.22 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan margin pemasaran ikan teri sebesar 84,17% dan *share* biaya margin pemasaran ikan tongkol sebesar 15,83%, sehingga dapat diketahui bahwa margin saluran pemasaran ikan teri menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Distribusi margin pemasaran ikan tongkol memiliki nilai *share* keuntungan sebesar 39,55%. Pada margin pemasaran satu tingkat, distribusi margin pemasaran ikan tongkol hanya pada lembaga pemasaran pedagang lokal.

b. Saluran pemasaran nelayan/*pengamba'* – pedagang lokal – konsumen

Saluran pemasaran jenis ikan teri termasuk kedalam jenis ikan teri nasi, saluran ini terdiri dari nelayan, pedagang lokal dan konsumen akhir. Pedagang lokal merupakan pedagang yang berasal dari Desa Sumberanyar atau pedagang yang berasal dari Kabupaten Situbondo, kemudian mendistribusikan ikan teri hasil tangkapan nelayan tersebut kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran ini termasuk kedalam saluran pemasaran satu tingkat. Berikut tabel margin pemasaran saluran pemasaran tersebut:

Tabel 5.23 Margin Pemasaran Ikan Teri Saluran Pemasaran Nelayan/*pengamba'*, Pedagang Lokal dan Konsumen

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share Harga (%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	15,500	84.24				
Pedagang lokal						
Harga Beli	15,500					
biaya es	130.00		0.71		4.48	
Biaya Transportasi	116.67		0.63		4.02	
Harga Jual	18,400					
Keuntungan	2,653	14.42		91.49		10.76
Konsumen	18,400					
margin Pemasaran	2,900	98.66	1.34	91.49	8.51	
Total		100		100		

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.23 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan sebesar 98,66% dan *share* biaya sebesar 1,34%, sehingga dapat diketahui bahwa saluran

pemasaran tersebut menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Keuntungan yang didapat diperoleh karena biaya yang dikeluarkan pedagang tersebut lebih kecil dari pada harga jual setelah dikurangi harga beli. Distribusi margin diketahui bahwa pedagang ikan layang memiliki *share* keuntungan sebesar 91,49%. Pada margin pemasaran satu tingkat, distribusi margin pemasaran tabel 5.23 tersebut hanya pada lembaga pemasaran pedagang lokal.

c. Saluran pemasaran nelayan/*pengmba'* – pedagang lokal – pengecer – konsumen

Selanjutnya pada saluran pemasaran ikan teri berikutnya yaitu saluran pemasaran yang melibatkan nelayan, pedagang lokal, pengecer atau bakul, kemudian konsumen akhir. Pada saluran ini termasuk kedalam saluran pemasaran dua tingkat, karena melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pedagang lokal serta pedagang pengecer atau bakul ikan, berikut tabel margin pemasarannya:

Tabel 5.24 Margin Pemasaran Ikan Teri Saluran Pemasaran Nelayan, Pedagang Lokal, Pengecer dan Konsumen

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share(%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	15,500	73.11				
Pedagang Lokal						
Harga Beli	15,500					
Biaya es	130.00		0.61		2.28	
Biaya transportasi	116.67		0.55		2.05	
Harga Jual	17,700					
Keuntungan	1,953	9.21		34.27		7.92
Pedagang Bakul						
Harga beli	17,700					
Biaya transportasi	1,000		4.72		17.54	
harga jual	21,200					
Keuntungan	2,500	11.79		43.86		2.50
Konsumen	21,200					
margin Pemasaran	5,700	94.12	5.88	78.13	21.87	
Total			100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.24 menunjukkan bahwa nilai *share* keuntungan sebesar 94,12% dan *share* biaya sebesar 5,88%, sehingga dapat diketahui bahwa saluran

pemasaran tersebut menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Keuntungan yang didapat diperoleh karena biaya yang dikeluarkan pedagang tersebut lebih kecil dari pada harga jual setelah dikurangi harga beli. Nilai *share* keuntungan pedagang pengecer memiliki nilai keuntungan yang lebih besar dari pada pedagang lokal yaitu sebesar 11,79% dibandingkan dengan nilai *share* keuntungan pedagang pengecer yaitu sebesar 9,21%. Distribusi margin pemasaran, pedagang lokal memperoleh nilai *share* keuntungan distribusi margin pemasaran sebesar 34,27 dan pedagang pengecer sebesar 43,86%.

d. Saluran pemasaran nelayan/*pengmba'* – pedagang luar – konsumen

Pemasaran ikan teri selanjutnya yaitu dengan melibatkan pedagang luar daerah, yaitu pedagang yang berasal dari luar Desa Sumberanyar atau luar Kabupaten Situbondo. Saluran pemasaran tersebut termasuk dalam saluran pemasaran satu tingkat. Pemasaran satu tingkat karena melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang luar daerah yang kemudian memasarkan ikan kepada konsumen akhir. Berikut tabel saluran pemasaran dan margin pemasaran tersebut yaitu:

Tabel 5.25 Margin Pemasaran Ikan Teri Saluran Pemasaran Nelayan, Pedagang Luar dan Konsumen

Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Share (%)		Distribusi Margin (%)		Ratio (K/B)
		Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Nelayan	15,500	84.24				
Pedagang Luar Daerah						
Harga Beli	15,500					
Biaya es	130.00		0.71		4.48	
Biaya transport	842.86		4.58		29.06	
Harga Jual	18,400					
Keuntungan	1,927	10.47		66.45		1.98
Konsumen	18,400					
margin Pemasaran	2,900	94.71	5.29	66.45	33.55	
Total			100		100	

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

Tabel 5.25 merupakan tabel saluran atau margin pemasaran ikan teri bahwa nilai *share* keuntungan sebesar 94,71% dan *share* biaya sebesar 5,29%,

sehingga dapat diketahui bahwa saluran pemasaran tersebut menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar apabila dibandingkan dengan *share* biaya. Keuntungan yang didapat diperoleh karena biaya yang dikeluarkan pedagang tersebut lebih kecil dari pada harga jual setelah dikurangi harga beli. Distribusi margin diketahui bahwa pedagang ikan layang memiliki *share* keuntungan sebesar 66,45%. Pada margin pemasaran satu tingkat, distribusi margin pemasaran tabel 5.25 tersebut hanya pada lembaga pemasaran pedagang lokal.

Efisiensi saluran pemasaran, sehingga diketahui saluran pemasaran yang memiliki tingkat efisiensi. Analisis efisiensi saluran pemasaran pada 4 saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 5.26 Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan Nelayan

Jenis Ikan	Saluran Ke-	Pola Saluran Pemasaran	Efisiensi Saluran Pemasaran		
			TB	TNP	EP
Layang	1	Nelayan/pengamba' - pedagang pindangan – konsumen	4165	17500	23.8
	2	Nelayan/pengamba' - pedagang lokal – konsumen	247	14,900	1.66
	3	Nelayan/pengamba' - pedagang lokal - pengecer – konsumen	1,247	17,700	7.04
	4	Nelayan/pengamba' - pedagang Luar daerah – konsumen	973	14,900	6.53
Tongkol	1	Nelayan/pengamba' - pedagang pindangan – konsumen	4,525	25,000	18.10
	2	nelayan/pengamba' - pedagang lokal – konsumen	247	15,400	1.60
	3	nelayan/pengamba' - pedagang lokal - pengecer – konsumen	1,247	18,200	6.85
	4	nelayan/pengamba' - pedagang Luar daerah – konsumen	973	15,400	6.32
Teri	1	Nelayan/pengamba' - pedagang pindangan – konsumen	3,325	21,000	15.83
	2	nelayan/pengamba' - pedagang lokal - Konsumen'	247	18,400	1.34
	3	nelayan/pengamba' - pedagang lokal - pengecer – konsumen	1,247	21,200	5.88
	4	nelayan/pengamba' - pedagang Luar daerah – konsumen	973	18,400	5.29

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran hal. 118)

Berdasarkan tabel 5.26 menunjukkan setiap saluran pemasaran memiliki nilai efisiensi sendiri-sendiri. Setiap nilai efisiensi saluran pemasaran menunjukkan bahwa nilai EP (efisiensi pemasaran) lebih besar dari 0 dan lebih kecil dari 50%. Sehingga nilai efisiensi saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo termasuk saluran pemasaran yang efisien. Sehingga setiap saluran pemasaran bisa dilakukan proses pemasaran atau dapat dijadikan acuan proses aliran barang dari nelayan kepada konsumen akhir.

Tabel 5.26 juga menunjukkan bahwa pada jenis ikan layang, saluran pemasaran yang terdiri dari 4 saluran pemasaran menunjukkan nilai efisiensi lebih besar dari 0 dan lebih kecil dari 50%. Setiap saluran pemasaran pada jenis ikan layang masing-masing memiliki nilai saluran pemasaran yaitu, saluran pemasaran ke-1 nilai EP (Efisiensi Pemasaran) sebesar 23,8%. Saluran pemasaran ke-2 memiliki nilai EP sebesar 1,66%. Saluran ke-3 memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 7,04%. EP pada saluran pemasaran ke-4 pada jenis ikan layang sebesar 6,35%. Berdasarkan dari nilai EP saluran pemasaran jenis ikan layang, diketahui bahwa pada keempat saluran pemasaran yang memiliki nilai yang efisien.

Tabel 5.26 juga menunjukkan bahwa saluran pemasaran jenis ikan tongkol memiliki empat saluran pemasaran yang mana nilai efisiensinya lebih besar dari 0 dan lebih kecil dari 50%. Artinya setiap saluran pemasaran jenis ikan tongkol dapat dilakukan. Saluran pemasaran tersebut memiliki nilai EP secara berturut-turut yaitu: EP saluran pemasaran ke-1 sebesar 18,10%, EP saluran pemasaran ke-2 sebesar 1,60%, EP saluran pemasaran ke-3 sebesar 6,85%, EP saluran pemasaran ke-4 yaitu sebesar 6,32%. Berdasarkan nilai EP setiap saluran pemasaran jenis ikan tongkol diketahui bahwa saluran pemasaran ikan tongkol termasuk kedalam efisien.

Selanjutnya pada tabel 5.26 menunjukkan nilai EP masing-masing saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan jenis teri juga menunjukkan lebih besar dari 0 dan lebih kecil dari 50%, sehingga dapat dikatakan saluran pemasaran jenis ikan teri efisien. Berdasarkan pada tabel 5.26 nilai efisiensi pemasaran saluran pemasaran ke-1 sebesar 15,83%. Sedangkan pada saluran pemasaran ke-2

memiliki nilai EP sebesar 1,34%. Nilai EP pada saluran pemasaran ke-3 memiliki nilai sebesar 5,88%. Saluran pemasaran ke-4 memiliki nilai EP sebesar 5,29%. Berdasarkan tabel 5.26 menunjukkan nilai EP setiap saluran pemasaran diketahui bahwa saluran pemasaran pada jenis ikan teri termasuk kedalam efisien.

5.4 Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo

Upaya pengembangan peran TPI Pondok MimboDesaSumberanyarKecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo memadukan beberapa faktor yang terdiri dari faktor pendorong dan penghambat. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan guna perkembangan peran TPI Pondok Mimbo bagi nelayan di masa mendatang. Setiap kegiatan dalam TPI Pondok Mimbo harus dapat mengetahui faktor pendorongnya dan dapat mengoptimalkan faktor tersebut, sehingga peran TPI Pondok Mimbo dapat lebih baik dan bisa memberikan pengaruh kepada nelayan setempat. peran TPI Pondok Mimbo juga harus memperhatikan faktor penghambat yang dimiliki dan sebisa mungkin meminimalkan faktor penghambat tersebut. Berbagai faktor penghambat yang muncul hendaknya telah diprediksi keberadaannya, sehingga dapat dipersiapkan strategi untuk meminimalkan efek yang ditimbulkan oleh berbagai hambatan tersebut.

Strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo dapat diketahui dengan menganalisis faktor pendorong dan faktor penghambat menggunakan alat analisis yang bernama analisis medan kekuatan atau FFA (*Force Field Analysis*). FFA (*Force Field Analysis*) merupakan suatu alat analisis yang digunakan dalam merencanakan perubahan berdasarkan adanya faktor pendorong dan penghambat. Hasil dari analisis FFA akan memunculkan sebuah strategi yang meminimalisasi faktor penghambat dengan mengoptimalkan faktor pendorong ke arah tujuan yang akan dicapai. Penjelasan terhadap faktor pendorong dan faktor penghambat dapat dilihat pada Tabel 5.25.

Tabel 5.27 Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat Peningkatan peran TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo

NO	FAKTOR PENDORONG	NO	FAKTOR PENGHAMBAT
D1	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI	H1	Terdapatnya sosialbudaya yang kental di masyarakat nelayan
D2	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo	H2	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo
D3	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan	H3	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan
D4	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo	H4	Hubungan <i>pengaba'</i> dengan masyarakat nelayan
D5	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan	H5	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo
Faktor pendorong peningkatan TPI Pondok Mimbo			

Desa Sumberanyar dapat didefinisikan sebagai kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunities*). Faktor-faktor tersebut nantinya akan ditentukan menjadi kekuatan kunci keberhasilan peningkatan peran TPI Pondok Mimbo bagi nelayan. Faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI

Kepercayaan merupakan modal terpenting dalam hubungan sosial maupun hubungan ekonomi suatu wilayah. Kepercayaan akan membuat segala aktivitas atau kegiatan akan berjalan sebagaimana mestinya. Kepercayaan dalam hal ini adalah kepercayaan masyarakat nelayan terhadap keberadaan TPI. Keberadaan TPI Pondok Mimbo yang memiliki faktor pendorong modal kepercayaan masyarakat tidak hanya terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo, akan tetapi mengenai fungsi serta peran TPI Pondok Mimbo itu sendiri.

Masyarakat nelayan menaruh kepercayaan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo, hal ini terlihat dari keberadaan TPI Pondok Mimbo hingga saat ini. Dengan melakukan segala aktivitas pemasaran dilakukan di TPI Pondok Mimbo. Masyarakat nelayan melakukan proses transaksi pemasaran di lokasi TPI Pondok Mimbo, hal ini dilakukan karena *stakeholder* yang terlibat

melakukan transaksi jual beli di TPI Pondok Mimbo, sehingga dapat dikatakan masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Situbondo masih menaru kepercayaan terhadap TPI Pondok Mimbo dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan.

2. Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo

TPI Pondok Mimbo merupakan tempat untuk bertemunya para pedagang ikan dengan para nelayan. Ikan hasil tangkapan nelayan akan dijual melalui TPI, sehingga TPI Pondok Mimbo memiliki peran sebagai tempat transaksi jual beli antara nelayan dengan pedagang, baik pedagang lokal yaitu dari daerah asal nelayan atau dari kota hingga dari luar daerah asal nelayan atau luar kota.

Pedagang yang datang dari berbagai daerah merupakan efek informasi ketersediaan ikan di TPI Pondok Mimbo. Informasi inilah yang menyebabkan jaringan pasar ikan hasil tangkapan nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Situbondo khususnya TPI Pondok Mimbo hingga kedaerah luar. Jaringan pasar TPI Pondok Mimbo, atau dapat dikatakan melalui informasi TPI Pondok Mimbo dapat menarik para pedagang luar untuk datang ke TPI Pondok Mimbo guna melakukan proses pemasaran hasil tangkapan ikan nelayan. Daerah asal para *stakeholder* yang melakukan proses pemasaran di TPI Pondok Mimbo yaitu dari berbagai daerah antara lain, Kabupaten Situbondo sendiri, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Bondowoso, Kabupaten Probolinggo, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Tuban.

3. Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan

Masyarakat nelayan tidak serta merta berjalan sendiri, akan tetapi terdapat pihak-pihak atau *stakeholder* yang memiliki peran didalamnya. Pihak atau *stakeholder* tersebut salah satunya adalah pihak TPI atau dalam hal ini dapat dikatakan pemerintahan daerah. Pemerintahan daerah atau dinas yang terkait memiliki andil dalam pengembangan serta peningkatan TPI Pondok Mimbo, yang bertujuan untuk mensejahterahkan masyarakat nelayan. Dukungan pihak TPI atau pemerintahan daerah Kabupaten Situbondo, dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap hasil tangkapan nelayan. Dalam

hal ini, TPI membantu dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan dengan memberikan sarana dan prasarana bagi nelayan ataupun para pedagang yang datang ke tempat TPI Pondok Mimbo.

4. Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo

Permintaan pasar akan ikan hasil tangkapan nelayan pastinya melewati TPI Pondok Mimbo. Hal tersebut karena proses pertimbangan serta proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan dilakukan di TPI Pondok Mimbo. Sehingga permintaan ikan hasil tangkapan nelayan secara tidak langsung dilakukan oleh pedagang melalui TPI Pondok Mimbo. Pedagang yang datang dari berbagai daerah akan menunggu ikan hasil tangkapan nelayan yang akan merapat dan kemudian dilakukan proses pemasaran di TPI Pondok Mimbo.

5. Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan ikan nelayan

Luas wilayah pantai Kabupaten Situbondo mencapai 132 km² lebih. Kondisi geografis tersebut menjadikan Situbondo kaya potensi sumberdaya alam yang berasal dari laut. Upaya pengembangan potensi laut ini terkait dengan usaha pemerintah daerah untuk mengangkat kelompok nelayan dari kemiskinan, selain untuk kembali menggairahkan kondisi perekonomian Situbondo secara umum. Kabupaten Situbondo sendiri memiliki tujuh TPI yang tersebar pada tujuh desa di lima kecamatan: Besuki, Suboh, Panarukan, Jangkar, dan Banyuputih

Faktor pendorong berikutnya yaitu TPI Pondok Mimbo merupakan TPI yang memiliki potensi dalam perolehan ikan jenis tertentu. Jenis ikan hasil tangkapan nelayan yang sering atau paling diminati yaitu ikan layang, tongkol dan teri. Akan tetapi terdapat beberapa jenis ikan lainnya dalam proses pemasaran ikan di TPI Pondok Mimbo. Akan tetapi ketiga jenis ikan tersebutlah yang dominan dicari oleh para nelayan, sehingga TPI Pondok Mimbo terkenal dengan jenis ikan tersebut. Tidak jarang para pedagang dari luar daerah Kabupaten Situbondo datang untuk membeli jenis ikan tersebut. Dengan kata lain potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan tertentu guna menjadikan TPI Pondok Mimbo memiliki karakteristik sendiri sangat besar.

Selain kekuatan, tingkat kelemahan juga harus diminimalisasi agar kekuatan tersebut bisa maksimal. Faktor penghambat pada peningkatan peran TPI Pondok Mimbo di Desa Sumberanyar dapat didefinisikan sebagai kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treths*). Faktor penghambat ini nantinya akan ditentukan sebagai penghambat kunci yang harus diminimalisasi demi tercapainya tujuan. Faktor-faktor penghambat usaha ternakkambing peranakan etawa (PE) di Desa Telemung antara lain:

1. Hubungan sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan

Hubungan sosial adat pada suatu masyarakat akan memberikan dampak tersendiri pada suatu inovasi atau keberadaan pengembangan masyarakat. Sosial budaya yang kental akan mempengaruhi pola pikir masyarakat untuk menyerap segala bentuk inovasi yang ada. Begitu juga pada masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Situbondo, sosial budaya masyarakat nelayan tersebut akan dapat mempengaruhi keberadaan terhadap peran TPI Pondok Mimbo bagi masyarakat. Melihat sosial budaya tersebut akan mengenggang masyarakat hingga masyarakat nelayan sendiri mampu untuk mengalihkan atau menghilangkannya.

Masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Situbondo salah satunya dalam hubungan sosial budaya tersebut yaitu, aspek mengikuti segala apa yang dikatakan oleh pemuka adat atau orang yang memiliki pengaruh. Sehingga masyarakat nelayan apabila ingin melakukan sesuatu akan tetapi tidak dibenarkan oleh masyarakat sendiri atau oleh pemuka adat atau orang yang memiliki pengaruh maka masyarakat nelayan tidak akan berani untuk melakukan inovasi tersebut.

2. Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo

IPTEK merupakan Ilmu Teknologi. Penerapan ilmu teknologi bagi masyarakat khususnya pada era sekarang sangat mempengaruhi perkembangan masyarakat tersebut. Ilmu teknologi tidak dipungkiri sudah menjadi kewajiban bagi masyarakat untuk dapat menguasainya guna melakukan segala aktivitas, bahkan untuk menjalankan inovasi yang ada. Tanpa adanya pengetahuan

pengetahuan teknologi, masyarakat nelayan akan berada pada usaha pemasaran yang konvensional.

Proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan tentunya memerlukan iptek. Karena dengan kurangnya dukungan iptek akan membuat proses pemasaran tidak optimal. Sehingga kurangnya dukungan ilmu teknologi dalam melakukan kegiatan nelayan, yaitu dari proses penangkapan ikan hingga proses pemasaran, bahkan proses yang berada pada keberadaan TPI Pondok Mimbo dapat menyebabkan kurangnya tingkat peran TPI Pondok Mimbo bagi nelayan. Ilmu teknologi dalam proses pemasaran ikan nelayan di TPI Pondok Mimbo antara lain yaitu mesin giling es, mesin giling es yang masih dimiliki oleh pribadi masih belum cukup untuk menyelesaikan masalah iptek. Selain itu proses pengelolaan ikan seperti penampungan ikan dan atau pengawetan ikan masih belum optimal.

3. Terdapatnya *pengamba'* yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan

Peran TPI Pondok Mimbo secara tidak langsung adalah guna memutuskan alur pemasaran yang didalamnya terdapat para *pengamba'*. *Pengamba'* tersebut menampungikan hasil tangkapan nelayan kemudian menjualnya pada pedagang. Sehingga alur pemasaran dan pendapatan nelayan yang semestinya lebih efisien, dengan adanya *pengamba'* saluran serta pendapatan menjadi tidak efisien dan menyebabkan pendapatan kecil yang diterima oleh nelayan. Keberadaan TPI Pondok Mimbo memberikan solusi tersebut, tersebut akan tetapi keberadaan para *pengamba'* dapat menghilangkan peran TPI Pondok Mimbo.

Masyarakat nelayan rata-rata memiliki ikatan dengan para *pengamba'*. Sehingga dapat dikatakan bahwa *pengamba'* mendominasi proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan. bahkan, tidak cuman para nelayan saja yang terikat, para buruh nelayan juga banyak terikat dengan para *pengamba'*. Dari jumlah responden yang diwawancarai, hanya beberapa responden saja yang tidak memiliki ikatan dengan *pengamba'*. Akan tetapi, apabila nanti

membutuhkan pinjaman modal untuk melaut, maka tidak menutup kemungkinan responden tersebut tetap akan berhubungan dengan *pengamba'*.

4. Terdapatnya hubungan *pengamba'* dengan nelayan

TPI Pondok Mimbo merupakan tempat bertemunya para pedagang dengan para nelayan untuk melakukan transaksi jual beli ikan hasil tangkapan nelayan. Tempat bertemunya para pedagang dengan para nelayan di tempat TPI akan memberikan keuntungan yang besar bagi nelayan, karena keberadaan TPI yang tidak jauh dari pelabuhan kapal hingga proses pemasaran yang dapat dilakukan oleh TPI.

Hubungan *pengamba'* dengan para nelayan dapat dikatakan dengan *patron-client*. Pola hubungan *patron-client* tidak terbatas pada kegiatan jual beli ikan hasil tangkapan nelayan, tetapi meliputi berbagai aspek kehidupan lainnya. *Patron* atau *pengamba'* turut andil dalam penyediaan sarana produksi bagi *client* atau nelayan. Selain itu, seseorang karena telah mampu memberi pinjaman kepada seorang atau kelompok orang lainnya dapat dikategorikan sebagai *patron*, maka *patron* tersebut pada saat paceklik mempunyai kewajiban untuk memberikan pinjaman tambahan atau pemenuhan kebutuhan hidup nelayan. Awal mula nelayan menjadi terikat dengan *patron* pada umumnya disebabkan kekurangan modal untuk melakukan usaha sendiri. *Patron* bersedia membantu memberikan modal dalam bentuk uang atau sarana produksi (perahu, alat tangkap dan mesin). Modal pinjaman dari *patron* yang diberikan tersebut merupakan ikatan bagi nelayan sebagai langkah awal melakukan hubungan *patron-client*. Pada umumnya nelayan cenderung mencari sumber pinjaman modal kepada *pengamba'* dan merasa enggan untuk meminjamnya dari lembaga keuangan formal.

5. Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI (Pangkaan Pendaratan Ikan) Pondok Mimbo

Dalam satu wilayah yang memiliki wilayah pantai yang luas kecenderungan memiliki PPI. Hal ini, guna dapat membantu masyarakat nelayan untuk melakukan pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan. Sehingga keberadaan PPI Pondok Mimbo dapat membantu masyarakat nelayan dalam

melabuhkan kapal mereka. Sebagaimana pengertian PPI yaitu tempat berlabuh atau bertambahnya perahu/kapal perikanan guna mendeparkatkan hasil tangkapannya, memuat perbekalan kapal serta sebagai basis kegiatan produksi, pengolahan, pemasaran ikan dan pembinaan masyarakat perikanan.

Berdasarkan pengertian tersebut dan peran PPI sendiri maka PPI yang mana memiliki cakupan yang luas, sebagian masyarakat kecenderungan melakukan penimbangan sendiri di berbagai titik tempat para nelayan melabuhkan kapal mereka setelah melakukan proses penangkapan ikan. kegiatan ini akan dapat mengurangi peran serta fungsi TPI Pondok Mimbo, sehingga faktor tersebut merupakan faktor penghambat terhadap peningkatan peran TPI Pondok Mimbo.

5.4.1 Analisis faktor pendorong kunci dan faktor penghambat kunci (FKK)

Identifikasi dilanjutkan pada penilaian faktor pendorong dan faktor penghambat pada peningkatan peran TPI Pondok Mimbo di Desa Sumberanyar. Identifikasi tersebut akan menghasilkan nilai-nilai yang dapat digunakan dalam merumuskan strategi. Penilaian yang dilakukan pada proses analisis FFA ini merupakan penilaian kualitatif yang dikuantifikasikan dengan skala nilai 1-5. Penilaian tersebut melalui proses jajak pendapat (*brainstorming*) dari para responden. Hasil penilaian tersebut kemudian dimasukkan ke dalam tabel evaluasi faktor pendorong dan faktor penghambat.

Berdasarkan hasil analisa FFA mengenai penilaian faktor pendorong dan faktor penghambat seperti pada tabel evaluasi faktor pendorong dan faktor penghambat, maka dapat diketahui nilai dari Total Nilai Bobot (TNB) masing-masing faktor. Berdasarkan nilai TNB tersebut maka dapat ditentukan Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) pada peningkatan peran TPI Pondok Mimbo yaitu dengan cara melihat nilai TNB yang terbesar. Faktor kunci keberhasilan (FKK) terbagi menjadi dua, yaitu FKK pendorong dan FKK penghambat. Berikut nilai FKK pada faktor pendorong dan penghambat strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo:

Tabel 5.28 Evaluasi Faktor Pendorong pada Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo

No	Faktor Pendorong	TNK	NRK	NBK	TNB	FKK
D1	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI	27,50	2,75	0,53	1,15	3
D2	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo	29,25	2,93	0,56	1,18	2
D3	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan	23,75	2,38	0,66	1,90	1*
D4	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo	27,50	2,75	0,47	0,98	4
D5	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan	25,00	2,50	0,43	0,89	5

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016

*) : prioritas (FKK)

Keterangan :

D_n : Faktor pendorong ke-n

TNK : Total Nilai Keterkaitan

NRK : Nilai Rata-rata Keterkaitan

NBK : Nilai Bobot Keterkaitan

TNB : Total Nilai Bobot

FKK : Faktor Kunci Keberhasilan

Tabel 5.28 menunjukkan nilai TNB (Total Nilai Bobot) faktor pendorong yang tertinggi menunjukkan FKK (Faktor Kunci Keberhasilan) pendorong pada strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo dapat dikatakan menduduki peringkat pertama. Nilai FKK tersebut nantinya yang menjadi acuan strategi dalam peningkatan peran TPI Pondok Mimbo, nilai FKK pertama faktor pendorong tersebut yaitu faktor D3 (Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan) dengan nilai total nilai bobot sebesar 1,90. Dukungan TPI Pondok Mimbo memang sangat dibutuhkan masyarakat nelayan Desa Sumberanyar, karena dapat membantu segala macam permasalahan khususnya permasalahan proses pemasaran hasil tangkap nelayan. Akan tetapi perumusan strategi nantinya tidak hanya FKK pertama dalam pencapaian peningkatan peran TPI Pondok Mimbo, akan tetapi FKK yang terakhir atau faktor pendorong yang memiliki nilai pendorong yang kecil yang akan disusun strateginya. Ha ini, karena faktor

pendorong tersebut akan dapat mendorong dengan lebih optimal dan lebih besar jika disusun strateginya. Perbandingan antara faktor pendorong yang memiliki nilai Total nilai bobot yang tinggi atau FKK pertama dengan Total Nilai Bobot terendah atau FKK terakhir, memiliki ketimpangan yang tidak sesuai, guna dapat mendorong peran TPI Pondok Mimbo yang seharusnya, maka faktor pendorong tersebut harus dioptimalkan bersama-sama dengan faktor pendorong yang memiliki Total Nilai Bobot tertinggi.

Tabel 5.29 Evaluasi Faktor Penghambat pada Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo

No	Faktor Pendorong	TNK	NRK	NBK	TNB	FKK
H1	Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan	24,75	2,48	0,50	1,20	4
H2	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo	27,00	2,70	0,66	1,39	2
H3	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan	28,75	2,88	0,51	1,36	3
H4	Hubungan <i>pengamba'</i> dengan masyarakat nelayan	27,50	2,75	0,55	1,50	1*
H5	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo	29,50	2,95	0,52	0,92	5

Sumber: Data primer diolah Tahun 2016 (lampiran hal. 119)

*): prioritas (FKK)

Keterangan :

H_n : Faktor penghambat ke-n

TNK : Total Nilai Keterkaitan

NRK : Nilai Rata-rata Keterkaitan

NBK : Nilai Bobot Keterkaitan

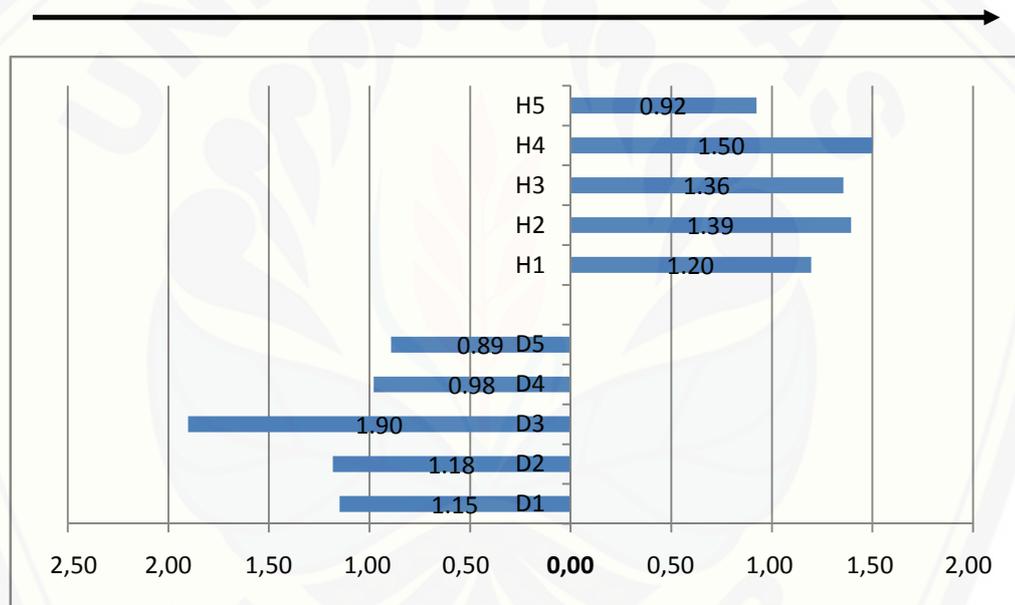
TNB : Total Nilai Bobot

FKK : Faktor Kunci Keberhasilan

Tabel 5.29 juga menunjukkan nilai TNB faktor penghambat yang tertinggi menunjukkan kalau FKK penghambat pada strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo dapat dikatakan menduduki peringkat pertama. Nilai FKK tersebut nantinya yang menjadi acuan strategi dalam peningkatan peran TPI Pondok Mimbo yang mana dalam pengaplikasiannya faktor tersebut dikurangi

atau ditiadakan, nilai FKKfaktor pendorong tersebut yaitu faktor H4 (Hubungan *pengamba'* dengan masyarakat nelayan) dengan nilai total nilai bobot sebesar 1,50. *Pengamba'* memiliki peranan vital pada masyarakat nelayan, akan tetapi peranan *pengamba'* bersinggungan dengan peran serta fungsi TPI, sehingga dengan adanya *pengamba'* dapat mengakibatkan peran TPI tidak berfungsi. Hal ini diperkuat dengan faktor lingkungan atau kebiasaan nelayan yang berinteraksi langsung kepada para *pengamba'*. Sehingga peran *pengamba'* yang mana cenderung bahkan pasti melakukan proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan secara langsung kepada pedagang yang datang.

Arah yang diinginkan



Grafik 5.1 Medan Kekuatan Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo

Berdasarkan gambar 5.1 maka dapat diketahui arah dan nilai masing-masing faktor pendorong maupun faktor penghambat pada strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo. Panjang anak panah menyatakan besarnya TNB dari masing-masing faktor sedangkan arah anak panah merupakan tarik menarik antara faktor penghambat dan faktor pendorong. Jumlah seluruh nilai TNB pendorong sebesar 6,11 sedangkan jumlah seluruh nilai TNB penghambat sebesar 6,37. TNB pendorong lebih kecil daripada TNB penghambat. Berdasarkan nilai medan kekuatan tersebut dapat diketahui bahwa peningkatan peran TPI Pondok Mimbo

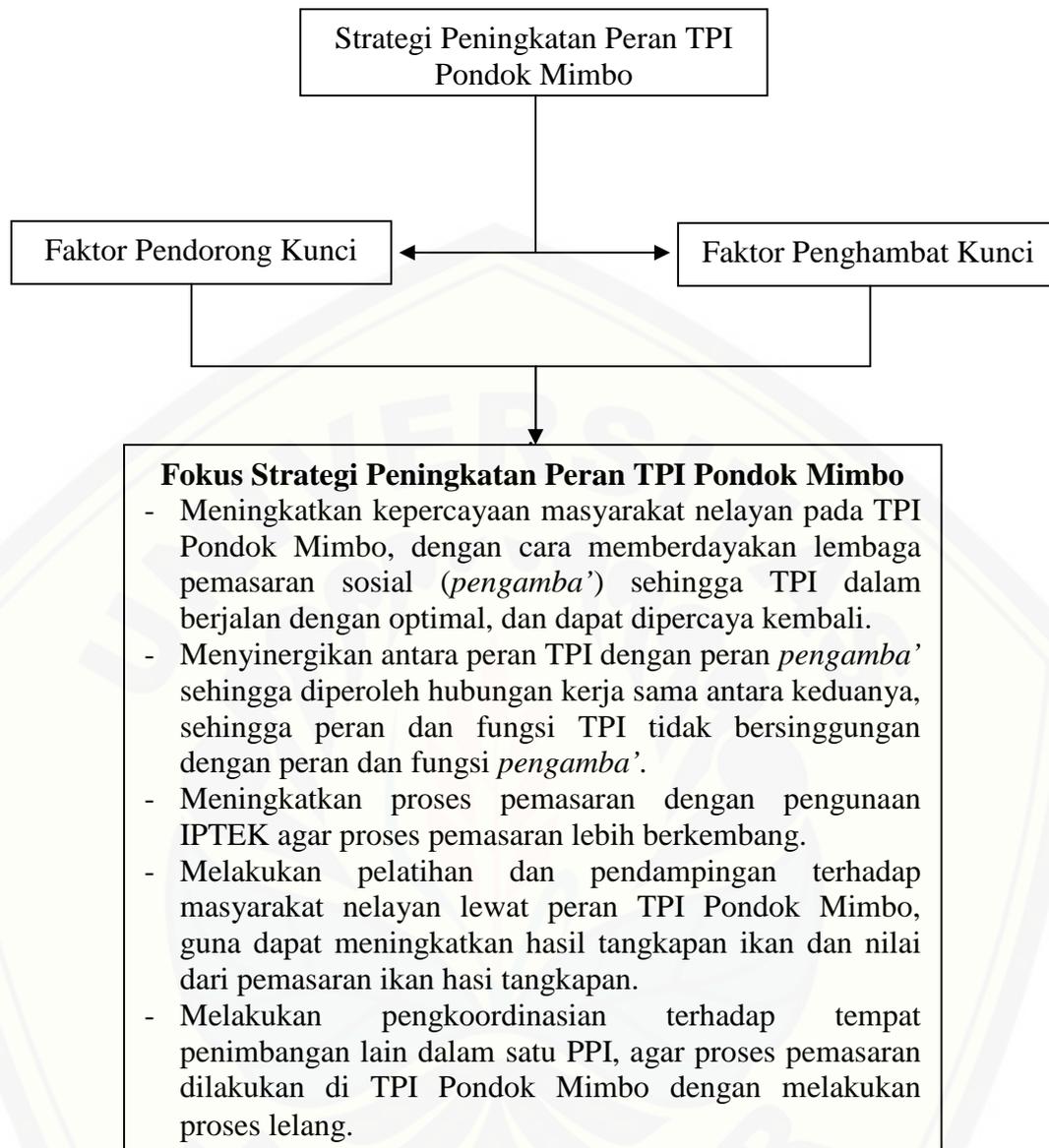
dapat dikatakan memiliki banyak kelemahan atau memiliki faktor penghambat yang lebih kuat dari faktor pendorong.

5.4.2 Perumusan strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo.

Setelah diketahui arah pada strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo merumuskan strategi yang sesuai dengan hasil FKK. Strategi ini merupakan cara yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui strategi yang sesuai, peningkatan peran TPI Pondok Mimbo nantinya juga tepat sasaran. Berdasarkan hasil analisa FFA di atas, maka strategi yang paling efektif adalah dengan menghilangkan atau meminimalisasi hambatan kunci dan optimalisasi pendorong kunci ke arah tujuan yang akan dicapai. Pendekatan yang demikian ini merupakan pendekatan strategi fokus.

Strategi fokus pada hasil analisa FFA sesuai pada strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo, dapat dirumuskan bahwa kekuatan atau pendorong kunci faktor dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan difokuskan ke arah tujuan yang telah ditetapkan, selain itu faktor pendorong yang memiliki total nilai bobot rendah akan menjadi fokus dalam penyusunan strategi selain faktor pendorong kunci. Sedangkan untuk faktor penghambat tetap yang menjadi focus penyusunan strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo yaitu faktor penghambat kunci, karena memiliki total bobot yang lebih besar, dengan tujuannya mengurangi total nilai bobot faktor penghambat tersebut.

Penyusunan strategi ini harus memperhatikan kesesuaian arah optimalisasi pendorong kunci ke arah perbaikan penghambat kunci. Artinya jika pendorong kunci dan penghambat kunci yang dipilih lebih dari satu, maka penyusunan strategi harus memperhatikan kesesuaian perpaduan masing-masing faktor untuk menuju tujuan yang akan dicapai. Berkaitan dengan penyusunan strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo, berikut alur strategi yang mampu dibuat tersaji dalam gambar 5.1:



Gambar 5.2 Fokus Strategi Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo

Berdasarkan gambar 5.2, fokus strategi peningkatan peran, bertujuan agar peran TPI Pondok Mimbo dapat optimal kembali. Dengan optimalnya peran TPI Pondok Mimbo maka proses pemasaran akan lebih mudah diawasi dan masyarakat nelayan serta masyarakat yang terkait dapat lebih sejahterah, karena hasil pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan lebih baik dari sebelumnya. Selain itu fokus strategi bertujuan untuk agar proses perubahan dari peran TPI Pondok Mimbo yang memiliki peran sedang, dalam perubahan peran ke tingkat yang tinggi, sehingga diperlukan pembekuan proses perubahan tersebut, diharapkan

fokus strategi ini dapat membekukan tingkah laku atau aktivitas masyarakat nelayan. Berikut penjabaran fokus strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Jember, dari penjelasan gambar 5.2:

1. Meningkatkan kepercayaan masyarakat nelayan terhadap TPI Pondok Mimbo.

Tidak dipungkiri lagi, kepercayaan masyarakat nelayan Desa Sumberanyar Kabupaten Situbondo sangat kurang terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo berkaitan dengan proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan. Sebagaimana masyarakat nelayan menanggapi perihal kepercayaan yang berkaitan dengan proses pemasaran, masyarakat nelayan cenderung melakukan proses pemasaran kepada *pengamba'*, taraf kepercayaan masyarakat nelayan mengarah kepada *pengamba'*, yang mana *pengamba'* sebagai lembaga sosial yaitu lembaga pemasaran yang memiliki ikatan emosional dan ikatan sosial adat serta ikatan perjanjian kepada nelayan mengalihkan peran TPI Pondok Mimbo dari semestinya, sehingga masyarakat nelayan lebih memilih *pengamba'* dari pada TPI Pondok Mimbo untuk melakukan proses pemasaran. Dengan kembalinya kepercayaan masyarakat nelayan kepada TPI Pondok Mimbo, maka proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan dapat dilakukan dengan baik melalui proses lelang.

2. Menyinergikan antara peran TPI dengan peran *pengamba'*

Menghilangkan *pengamba'* sangatlah sulit, karena *pengamba'* merupakan seorang yang memiliki jasa besar terhadap nelayan, *pengamba'* dapat memberikan pinjaman modal kepada nelayan dengan hanya bermodalan kepercayaan dan keakraban. Hubungan *pengamba'* dengan nelayan merupakan hubungan timbale balik patron-klien, yang saling membutuhkan dan saling menguatkan antara satu dengan yang lain. Hubungan *pengamba'* merupakan faktor penghambat yang menjadi prioritas dalam penyusunan strategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo, akan tetapi penyusunannya adalah dengan cara merangkul *pengamba'* dan juga nelayan dalam satu kerja sama dalam proses pemasaran hasil tangkap ikan nelayan dengan tujuan untuk mensejahterahkan masyarakat pesisir khususnya nelayan.

3. Meningkatkan proses pemasaran dengan penggunaan IPTEK

Ilmu teknologi tidak dipungkiri sudah menjadi kewajiban bagi masyarakat untuk dapat menguasainya guna melakukan segala aktivitas, bahkan untuk menjalankan inovasi yang ada. Tanpa adanya pengetahuan teknologi, masyarakat nelayan akan berada pada usahan pemasaran yang konvensional. Ilmu pengetahuan teknologi pada saat ini merupakan asset penting bagi setiap orang, khususnya bagi lembaga pemasaran TPI Pondok Mimbo dalam proses pemasaran hasil tangkap ikan nelayan. IPTEK atau ilmu pengetahuan teknologi dapat mempermudah proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan Desa Sumberanyar Kabupaten Situbondo. Cara peningkatan penggunaan IPTEK, nelayan akan dapat berkembang kearah yang lebih sejahterah dari sebelumnya.

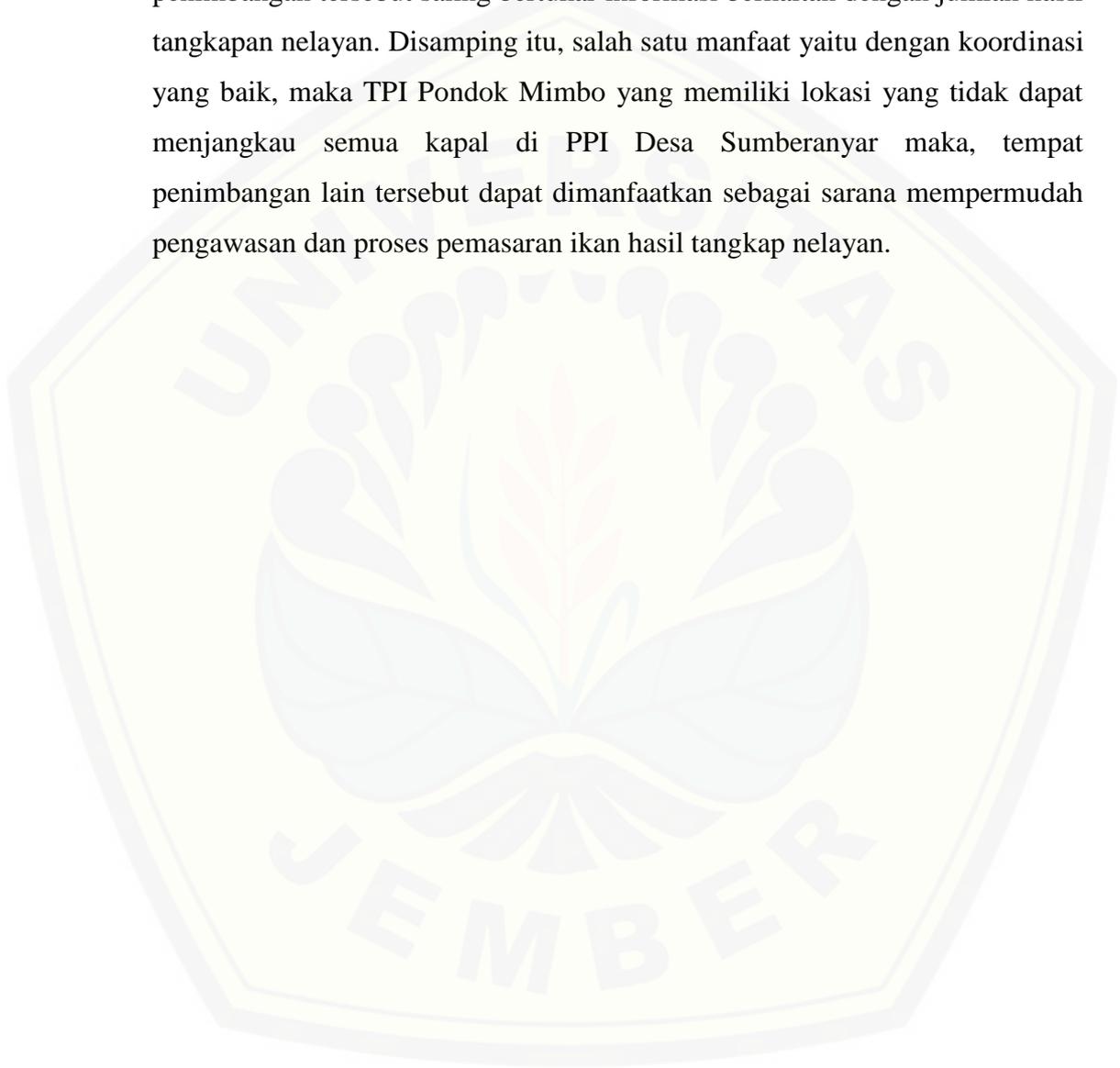
4. Melakukan pelatihan dan pendampingan terhadap masyarakat nelayan lewat peran TPI Pondok Mimbo

Salah satu peran TPI Pondok Mimbo yaitu melakukan pengembangan terhadap kehidupan masyarakat nelayan dengan cara penyuluhan atau pelatihan. Dengan dukungan TPI Pondok Mimbo dalam pengembangan masyarakat nelayan baik dari pra-melaut, waktu melaut, dan pasca-malaut. Dalam konteks ini, yaitu pengembangan masyarakat nelayan pada saat pasca-melaut atau setelah melakukan proses penangkapan ikan nelayan. Pasca-malaut merupakan suatu proses pemasaran ikan masyarakat nelayan atau penanganan ikan hasil tangkap ikan, sebagai mana peran TPI Pondok Mimbo, yaitu merupakan tempat untuk melakukan aktivitas pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan dengan cara pelelangan ikan dan penanganan lebih lanjut. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan maka diharapkan masyarakat nelayan dapat konsisten dalam aktivitas pemasaran yang diharapkan.

5. Melakukan pengkoordinasian terhadap tempat penimbangan lain dalam satu PPI.

PPI Desa Sumberanyar sangat lah luas, tidak heran dengan keberadaan TPI Pondok Mimbo yang peran dan fungsinya tidak optimal lagi, dan hanya sebatas tempat penimbangan ikan hasil tangkap nelayan, maka sebagian

masyarakat nelayan menimbang ikan hasil tangkapannya di tempat penimbangan lain yang mereka percaya, sehingga pendataan jumlah hasil tangkapan nelayan tidak dapat dicatat sebagaimana mestinya. Dengan pengkoordinasian tempat penimbang lain yang mana bertujuan agar tempat penimbangan tersebut saling bertukar informasi berkaitan dengan jumlah hasil tangkapan nelayan. Disamping itu, salah satu manfaat yaitu dengan koordinasi yang baik, maka TPI Pondok Mimbo yang memiliki lokasi yang tidak dapat menjangkau semua kapal di PPI Desa Sumberanyar maka, tempat penimbangan lain tersebut dapat dimanfaatkan sebagai sarana mempermudah pengawasan dan proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan.



BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

1. Peran TPI Pondok Mimbo memiliki tingkatan peran sedang, peran TPI Pondok Mimbo adalah tempat bertemunya pedagang dengan nelayan dan proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan dan sistem pelelangan ikan yang seharusnya dilakukan oleh TPI tidak berjalan, hal ini dikarenakan terjadinya gesekan antara TPI dengan *pengamba'* sehingga peran TPI Pondok Mimbo tidak optimal.
2. Persepsi nelayan terhadap keberadaan TPI Pondok Mimbo dalam proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan memiliki tingkatan sedang. Nelayan menjabarkan pengetahuannya terhadap TPI Pondok Mimbo yang paham, akan tetapi sikap dan tindakannya masih memilih dengan *pengamba'*. Terdapat aspek tertentu kenapa masyarakat nelayan memiliki tingkatan persepsi sedang terhadap TPI Pondok Mimbo dan lebih memilih *pengamba'* untuk melakukan proses pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan, salah satunya karena *pengamba'* memiliki hubungan yang erat dengan nelayan dan ikatan perjanjian.
3. Saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan di Desa Sumberanyar memiliki empat macam saluran pemasaran dari tiga macam ikan yaitu ikan layang, ikan tongkol dan ikan teri. Lembaga pemasaran yang terlibat yaitu: *pengamba'*, pedagang lokal, pedagang pindahan, pedagang luar, dan pedagang pengecer. Keempat saluran pemasaran memiliki nilai efisiensi sendiri-sendiri, dan keseluruhan saluran pemasaran ikan hasil tangkap nelayan memiliki nilai yang efisien.
4. Peningkatan peran TPI Pondok Mimbo dalam strategi peningkatan peran TPI, diperoleh hasil fokus strategi peningkatan peran yaitu (1) meningkatkan kepercayaan nelayan terhadap TPI pondok Mimbo, (2) Menynergikan antara peran TPI dengan peran *pengamba'* (3) Meningkatkan proses pemasaran dengan penggunaan IPTEK (4) Melakukan pelatihan dan pendampingan

terhadap masyarakat nelayan lewat peran TPI Pondok Mimbo, (5) Melakukan pengkoordinasian terhadap tempat penimbangan lain dalam satu PPI.

6.2 Saran

1. TPI Pondok Mimbo hendaknya melaksanakan pelelangan ikan, serta peran TPI Pondok Mimbo yang lainnya dengan harapan proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan dapat optimal.
2. TPI Pondok Mimbo hendaknya dapat memberikan hubungan timbal balik yang positif, agar persepsi masyarakat nelayan juga positif
3. TPI Pondok Mimbo hendaknya dapat merangkul pengamba' dan nelayan dalam aktivitas proses pemasaran ikan hasil tangkap nelayan guna proses pemasaran yang lebih baik, dan tidak ada pihak yang dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daniel, Moehar. 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Deptan. 2002. *PDB Sektor Pertanian. Buletin: Pusat Data dan Informasi Pertanian Departemen Pertanian*.
- Faisal, S. 2003. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fatih, Cholid. 2010. *Strategi Pengembangan Agroindustri Perikanan Laut di Kabupaten Tuban*. J-SEP Vol. 4 No. 3 November 2010. Lampung: Politeknik Lampung.
- Febriyanto, Niko. 2013. *Saluran Pemasaran Modal Sosial Petani Kopi di Desa Kemiri Kecamatan Panti Kabupaten Jember*. Skripsi. Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Gitusudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hertanto, Sandi, Kushandayani, Puji Astuti, Reni Windiani, 2013. *Peran Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Tempat Pelelangan Ikan di Kabupaten Jepara*. Jurnal. Semarang: Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan
- Hamzah. Faisal, et al. 2006. *Persepsi Petani Terhadap Pemanfaatan Bokashi Jerami pada Tanaman Ubi Jalar dalam Penerapan Sistem Pertanian Organik*. Jurnal Agrisistem Vol.2 No.1. Politik Universitas Diponegoro.
- Hidayat dan Amirullah. 2002. *Riset Bisnis*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Hikmah, Latifatul. 2013. *Analisis Pemasaran dan Alasan Petani Memilih Pengolahan Kopi Arabika di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli Provinsi Bali*. Skripsi. Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.

- Irianto, H. Yoyon Bahtiar. 2009. *Dinamika Kelompok*. (Online) [http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR. ADMINISTRASI PENDI DIKAN/196210011991021-YOYON BAHTIAR IRIANTO/Modul-4-Dinamika Kelompok.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._ADMINISTRASI_PENDI_DIKAN/196210011991021-YOYON_BAHTIAR_IRIANTO/Modul-4-Dinamika_Kelompok.pdf). Diakses pada tanggal 23 Desember 2016
- Ismail, Gofar. Suprapti Supardi, Sri Wahyuningsih. 2008. *Analysis Efficiency Marketing System Of Fresh Layang Fish (Decapterus Russeli) On Pelabuhan Fish Auction Place In Tegal City*. Jurnal. VOL 4. NO 2, 2008: 39 – 50. Semarang: Fakultas pertanian Universitas Wahid Hasyim Semarang.
- Kast, F.E dan Rosenzwiegh, J.L. 1990. *Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusnadi. 2000. *Nelayan: Strategi Adaptasi dan Jaringan Sosial*. Bandung: Humaniora Utama Press Bandung.
- Kusnadi. 2002. *Konflik Sosial Nelayan*. Yogyakarta: Lkis.
- Kusnadi. 2003. *Polemik Kemiskinan Nelayan*. Yogyakarta: Pustaka Jogja Mandiri.
- Kusnadi. 2009. *Keberadaan Nelayan dan Dinamika Ekonomi Pesisir*. Yogyakarta: ArRuzz Media.
- Lestari, Wiji. 2014. *Kajian Efisiensi Biaya Budidaya dan Pola Pemasaran Gurami serta Strategi Pengembangannya (Studi Kasus Di Desa Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember)*. Skripsi. Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Listianingsih, Windi. 2008. *Sistem Pemasaran Hasil Perikanan dan Kemiskinan Nelayan Studi Kasus: di PPI Muara Angke, Kota Jakarta Utara*. Skripsi. Bogor: Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut pertanian Bogor.
- Mahmudi. 2010. *Manajemen Kinerja Sektor Publik, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Makmuri, Muchlas. 2008. *Prilaku Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Menteri Kelautan dan Perikanan. 2006. *Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor Per. 16/MEN/2006 Tentang Pelabuhan Perikanan*. Jakarta: Menteri Kelautan dan Perikanan.

- Muhammad Wahyu Dianto, Nuddin Harahab, dan Ismadi. 2015. *Evaluasi Kinerja Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dalam Menunjang Kesejahteraan Nelayan di Popoh, Desa Besole, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur*. Jurnal ECSOFiM Vol. 3 No. 1. Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya. Malang
- Muchlisin, Zainal A., NurFadli, Arifsyah M. Nasution, Rika Astuti. 2013. *Persepsi nelayan terhadap kebijakan subsidi perikanan dan konservasi di Kabupaten Aceh Besar, Provinsi Aceh*. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- Nash, Roddy. 2008. *Force Field Analysis*. (online) http://www.institute.nhs.uk/quality_and_service_improvement_tools/quality_and_service_improvement_tools/force_field_analysis.html. Diakses pada 14 Desember 2016.
- Nazir, M. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Neci, cucu C. 2014. *Definisi Kognisi dan Pengertian Psikologi Kognitif*. (online) http://www.kompasiana.com/nenti/definisi-kognisi-dan-pengertian-psikologi-kognitif_54f9832da333112b058b512c. Diakses pada 14 Desember 2016.
- Prasetya, Tri Indra. 2012. *Meningkatkan Keterampilan Menyusun Instrumen Hasil Belajar Berbasis Modul Interaktif Bagi Guru-guru IPA SMPN Kota Magelang*. Jurnal. ERE 1 (2) (2012). Prodi Penelitian dan Evaluasi Pendidikan, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Pusat Studi Terubung Karang Universitas Hasanuddin. 2002. *Studi Jaringan pemasaran Produk Perikanan dari Taman Nasional Laut Taka Bonerate Kabupaten Selayar*. Makasar: Pusat Studi Terubung Karang Universitas Hasanuddin.
- Rahmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ratnasari, Rr, Kartika. 2014. *Analisis Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain Management) Kopi Arabika pada PT. Inokom Citra Persada di Kabupaten Sidoarjo*. Skripsi. Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Rismantoro, Jaka. 2012. *Persepsi Nelayan Puger Terhadap Keberadaan TPI Puger di Desa Puger Kulon Kecaatan Puger*. Skripsi. Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.

- Satria, 2003. 5 Juli 2013. *Musim Pecekluk Nelayan dan Jaminan Sosial*. *Tempo*, hlm. 4 & 11.
- Setiawan, Anwar. 2012 *Pelelangan Ikan Mimbo*. (Serial Online) <http://www.eastjava.com/tourism/situbondo/ina/pondok-mimbo.html> Diakses pada tanggal 26 November 2013.
- Siagin, Sondang P. *Toeri Motivasi dan Palikasi*. Jakarta: PT AsdiMahasatnya.
- Sianipar dan Entang. 2003. *Teknik-teknik Analisis Manajemen*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Siswanto, Budi. 2008. *Kemiskinan dan Perlawanan Nelayan*. Malang: Laksbang Mediatama.
- Soetrisno, Dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Soetrisno, Rijanto dan Anik Suwandari. 2002. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Jember: Universitas Jember.
- Soemodiharjo, Idha Haryanto. 2002. *Perbedaan dan Variabilitas Harga Produk Pertanian*. Jember: Universitas Jember.
- Suardi, I Dewa Putu Oka, Dwi putra Dermawan, I Dewa Gede Raka Sarjana. 2016. Potensi dan Peran Kelembagaan Pertanian dalam Perlindungan Lahan Pertanian Pangan di Provinsi Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis* Vol. 4, No. 1, Mei 2016. Bali: Fakultas Pertanian, Universitas Udayana, Denpasar, Bali
- Sukanti. 2008. *Penilaian Afektif dalam Pembelajaran Akuntansi*. (online). <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/Sukanti,Dra.%20%20M.Pd./Domain%20Afektif.pdf>. diakses pada 14 Desember 2016.
- Sudiyono, Armand. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Yogyakarta: PT Bumi Aksara.
- Sunarto. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS, UST Press & Mahenoko Total Design.
- Suparta. 2007. *Fokus Pengawasan: Membangun Budaya Kerja Melalui Pakta Integritas*. Jakarta: Inspektorat Jenderal Departemen Agama RI.

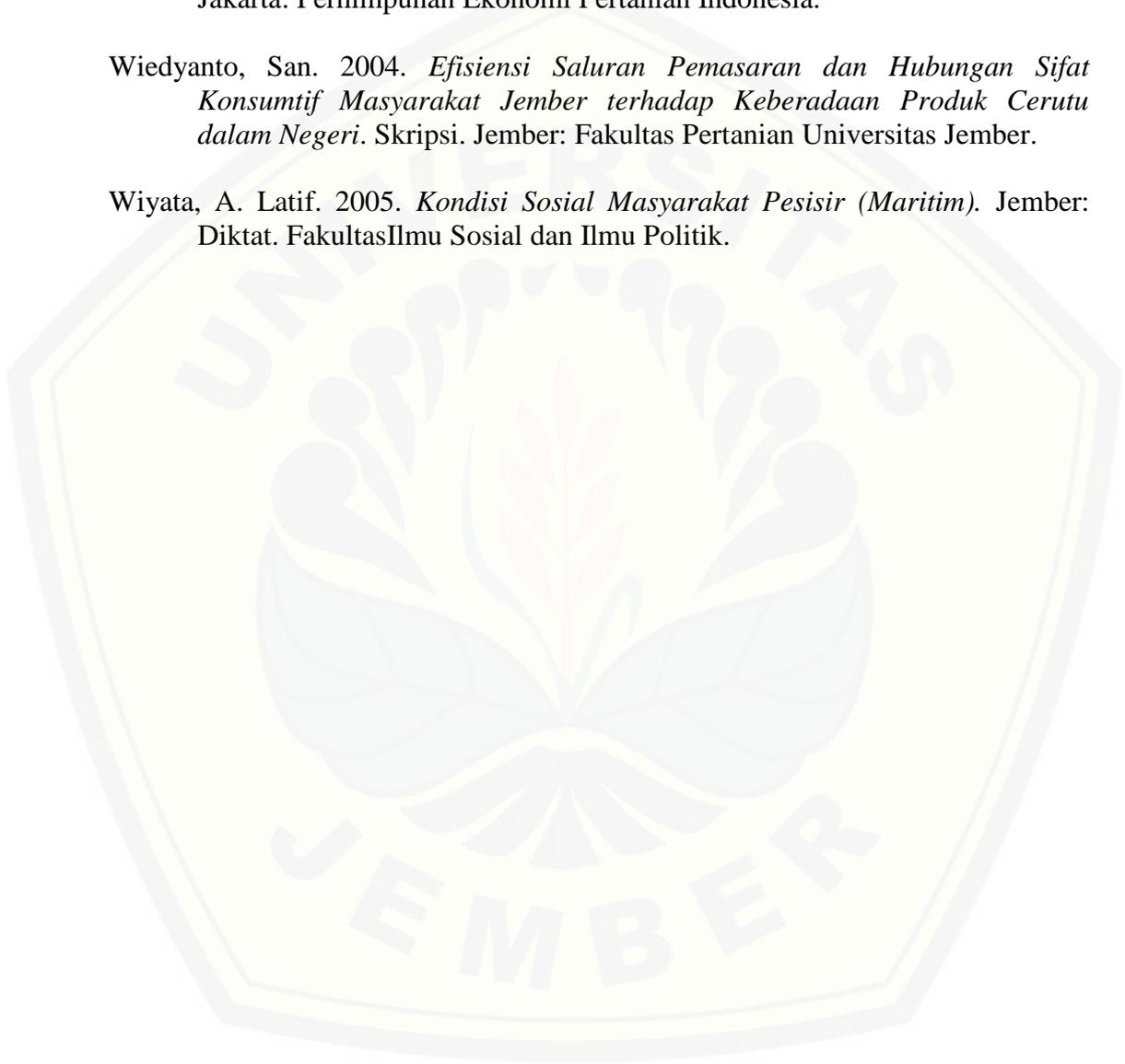
Swastha, Basu. 1981. *Saluran Pemasaran*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajahmada.

Tagkilisan, Hessel Nogi S. 2007. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo.

Wibowo, Rudi. 2007. *Revitalisasi Komoditas Unggulan Perkebunan Jawa Timur*. Jakarta: Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia.

Wiedyanto, San. 2004. *Efisiensi Saluran Pemasaran dan Hubungan Sifat Konsumtif Masyarakat Jember terhadap Keberadaan Produk Cerutu dalam Negeri*. Skripsi. Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Wiyata, A. Latif. 2005. *Kondisi Sosial Masyarakat Pesisir (Maritim)*. Jember: Diklat. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.



Lampiran A. Data Responden Peran Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan Persepsi nelayan serta Saluran Pemasaran Hasil Tangkap Ikan di TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo

Responden Nelayan

No	Nama Responden	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Tanggungan Keluarga	Alamat
1	Sucipto	47	SMA	Nelayan	7	Desa Sumberanyar
2	Suharto binar	48	Sarjana	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
3	Aziz	40	SD	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
4	Mistih	45	SD	Nelayan	6	Desa Sumberanyar
5	P. Devi	43	SD	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
6	Aris	43	SD	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
7	H. Hasan	60	SD	Nelayan	7	Desa Sumberanyar
8	Tohari	39	SD	Nelayan	6	Desa Sumberanyar
9	H. Nawawi	53	SD	Nelayan	3	Desa Sumberanyar
10	Ahmadi	21	SD	nelayan	3	Desa Sumberanyar
11	Muji	38	SD	nelayan	4	Desa Sumberanyar
12	Andre	37	SD	Nelayan	3	Desa Sumberanyar
13	Rahmad	32	SMP	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
14	Aziz Riady	42	SD	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
15	Tohasan	45	SMA	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
16	Nur hasan	36	SD	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
17	Yayan	40	SD	Nelayan	3	Desa Sumberanyar
18	Ramli	38	SD	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
19	P Dayat	42	SD	Nelayan	4	Desa Sumberanyar

Lanjutan Lampiran A.

No	Nama Responden	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Tanggungan Keluarga	Alamat
20	Fauzi	36	SD Tidak tamat	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
21	Umar	37	SD Tidak tamat	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
22	Misdar	35	SD Tidak tamat	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
23	P. Hendrik	40	SD	Nelayan	6	Desa Sumberanyar
24	Latip	42	SD Tidak tamat	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
25	Kusnadi	28	SD	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
26	faris	41	SD	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
27	didik	40	SD	Nelayan	6	Desa Sumberanyar
28	abdullah	34	SD	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
29	jamal	32	SD	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
30	rifki	29	SD	Nelayan	6	Desa Sumberanyar
31	amir	36	SD	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
32	rosi	28	SD	Nelayan	5	Desa Sumberanyar
33	saiful	30	SD	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
34	hasan	31	SD	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
35	fauzi	27	SD	Nelayan	4	Desa Sumberanyar
36	lutfi	40	SD	Nelayan	5	Desa Sumberanyar

Lanjutan Lampiran A.

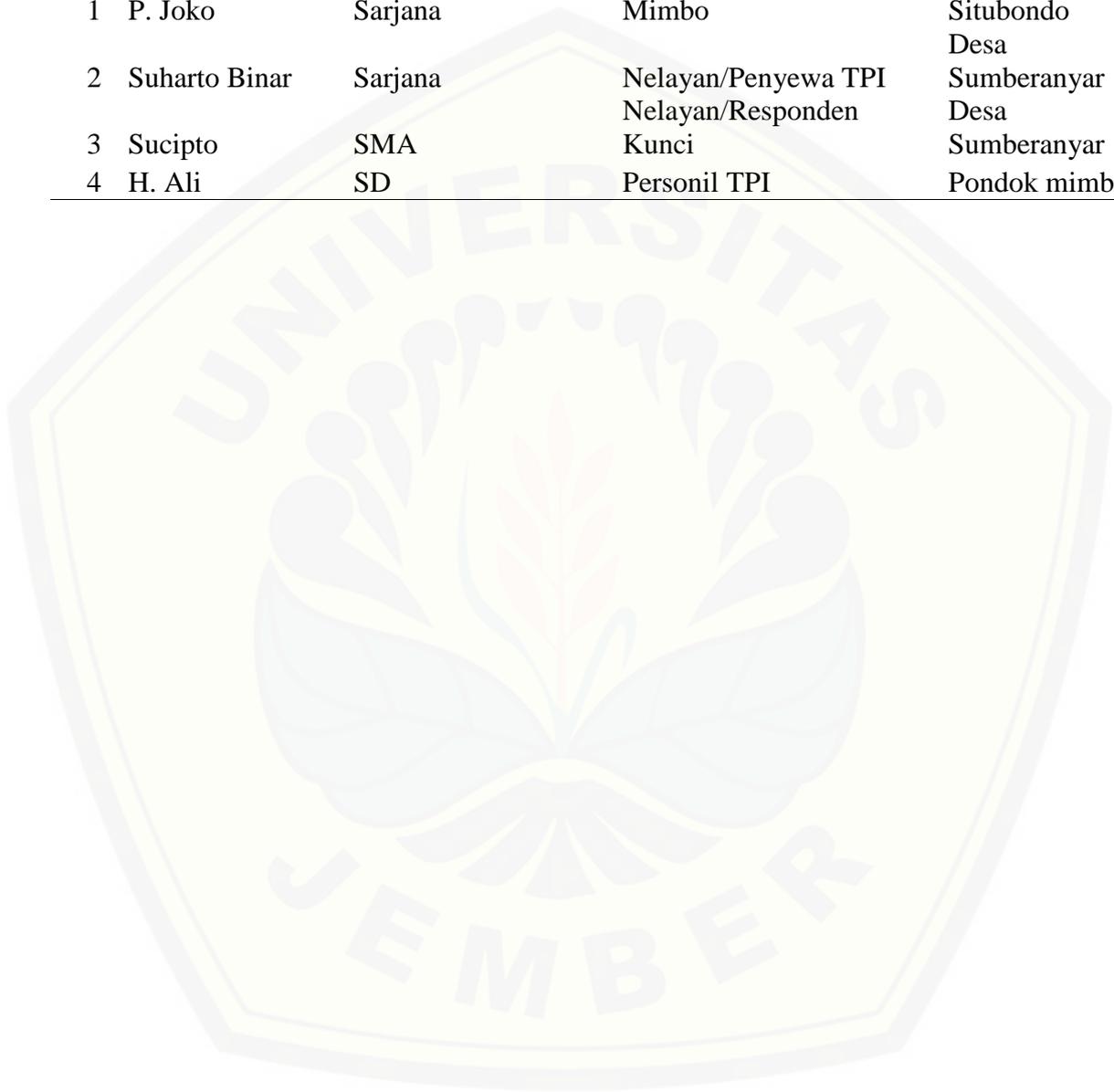
Responden pedagang

No	Nama Responden	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Alamat
1	H. Ismail	52	SD	Pedagang Ikan	Kraksan Probolinggo
2	Jeki	31	SMA	Pedagang Ikan	Rogojampi Banyuwangi
3	Anwar	35	SMP	Pedagang Ikan	Banyuwangi
4	Arip	43	SMP	Pedagang Ikan	Banyuwangi
5	Misro	65	tidak tamat SD	Pedagang Ikan	Karangsari, penarukan Situbondo
6	Humaidi	42	SMP	Pedagang Ikan	Situbondo
7	Salimin	35	SMP	Pedagang Ikan	Bindung
8	Junaidi	45	SMA	Pedagang Ikan	Pondok Mimbo
9	B. fadil	38	SD	Pedagang Ikan	Pondok Mimbo
10	Bayu	34	SMP	Pedagang Ikan	Pondok Mimbo
11	Sofyan	40	SMP	Pedagang Ikan	Pondok mimbo
12	P. Bela	44	SMP	Pandangan	Pondok Mimbo
13	H. M. Alawi	40	SMP	Pandangan	Pondok Mimbo
14	H. Tohari	60	tidak tamat SD	Pandangan	Pondok Mimbo

Lanjutan Lampiran A.

Responden FFA

No	Nama responden	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Alamat
1	P. Joko	Sarjana	UPTD TPI Pondok Mimbo	Situbondo Desa
2	Suharto Binar	Sarjana	Nelayan/Penyewa TPI Nelayan/Responden	Sumberanyar Desa
3	Sucipto	SMA	Kunci	Sumberanyar
4	H. Ali	SD	Personil TPI	Pondok mimbo



Lampiran B. Tingkatan Peran TPI Pondok Mimbo terhadap Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

No	Indikator																		Total	Modus	katagori
	SDM (Personil TPI Pondok Mimbo)			Fasilitas TPI			Lokasi TPI			Kontribusi TPI pada Nelayan			Koperasi			Kepuasan Pengguna TPI					
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3			
1	2	3	3	3	1	3	3	2	3	1	3	1	1	1	2	3	3	2	40	3	Tinggi
2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	3	1	1	2	3	3	3	3	45	3	Tinggi
3	2	2	2	3	1	1	3	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	32	2	Cukup
4	2	3	3	3	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	2	3	3	3	38	3	Tinggi
5	2	3	3	3	1	1	3	3	2	1	3	1	1	1	2	2	2	1	35	1	Rendah
6	2	3	3	3	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	2	2	2	1	34	1	Rendah
7	3	2	3	3	1	3	3	3	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	37	3	Tinggi
8	3	3	2	3	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	3	3	1	35	1	Rendah
9	1	3	1	3	1	2	3	3	1	1	2	1	1	2	1	3	3	3	35	1	Rendah
10	1	2	3	3	1	2	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	3	3	37	3	Tinggi
11	2	2	2	3	1	1	3	3	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	33	2	Cukup
12	1	3	2	3	1	3	3	2	2	1	3	1	1	2	1	3	3	3	38	3	Tinggi
13	3	3	3	3	1	1	3	3	3	1	3	1	1	1	1	3	3	2	39	3	Tinggi
14	1	2	1	3	1	2	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	28	1	Rendah
15	3	3	3	3	1	1	3	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	2	35	1	Rendah
16	3	3	2	3	1	1	3	3	2	1	3	1	1	1	1	3	2	2	36	1	Rendah

Lanjutan Lampiran B.

No	Indikator																		Total	Modus	katagori
	SDM (Personil TPI Pondok Mimbo)			Fasilitas TPI			Lokasi TPI			Kontribusi TPI pada Nelayan			Koperasi			Kepuasan Pengguna TPI					
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3			
17	2	3	1	3	1	2	3	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	30	1	Rendah
18	2	3	2	3	1	2	3	2	2	1	3	1	1	1	1	2	1	1	32	1	Rendah
19	1	3	2	3	1	2	3	1	2	1	3	1	1	1	1	2	2	1	31	1	Rendah
20	1	3	2	3	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	2	2	2	30	1	Rendah
21	1	2	1	3	1	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	2	2	2	28	1	Rendah
22	2	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	31	1	Rendah
23	2	3	1	3	1	2	1	2	1	1	3	1	1	2	1	2	2	2	31	1	Rendah
24	2	3	2	3	1	2	2	1	2	1	3	1	1	1	1	3	3	2	34	1	Rendah
25	3	3	2	3	1	2	2	1	2	1	3	1	1	1	1	2	1	1	31	1	Rendah
26	3	3	2	3	1	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	32	1	Rendah
27	1	3	2	3	1	3	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	29	1	Rendah
28	2	3	2	3	1	3	2	2	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	34	2	Cukup
29	1	3	3	3	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	3	1	2	32	1	Rendah
30	2	3	2	3	1	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	3	2	2	32	1	Rendah
31	1	3	2	3	1	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1	2	1	28	1	Rendah
32	2	3	2	3	1	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1	2	2	30	1	Rendah

Lanjutan Lampiran B.

No	SDM (Personil TPI Pondok Mimbo)			Indikator									Total	Modus	katagori						
	Fasilitas TPI			Lokasi TPI			Kontribusi TPI pada Nelayan			Koperasi						Kepuasan Pengguna TPI					
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3				1	2	3			
33	2	3	2	3	1	2	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	2	2	31	1	Rendah
34	2	2	2	3	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	2	2	1	31	1	Rendah
35	1	3	2	3	1	2	2	2	1	1	3	1	1	1	1	2	2	2	31	1	Rendah
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	28	1	Rendah
Total	70	103	82	108	41	67	91	77	70	39	106	43	39	47	49	81	78	74			
Modus	2	3	2	3	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2			
Kat.	C	T	C	T	R	R	T	C	C	R	T	R	R	R	R	C	C	C			

Lamiran C. Tingkatan Persepsi Masyarakat Nelayan Terhadap Keberadaan TPI Pondok Mimbo.

No	Aspek									Total	Modus	katagori
	A. Kognisi			B. Afeksi			C. Psikomotorik					
	1	2	3	1	2	3	1	2	3			
1	3	3	3	2	2	2	1	3	3	22	3	Tinggi
2	3	3	3	2	1	2	1	2	3	20	3	Tinggi
3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	19	2	Cukup
4	2	2	2	3	3	3	1	3	3	22	3	Tinggi
5	2	2	2	1	2	2	1	3	1	16	2	Cukup
6	2	2	2	1	2	2	1	3	1	16	2	Cukup
7	2	3	2	2	2	2	1	3	3	20	2	Cukup
8	3	2	2	1	3	3	1	3	2	20	3	Tinggi
9	1	1	1	3	3	3	1	3	3	19	3	Tinggi
10	1	3	3	3	3	3	1	3	3	23	3	Tinggi
11	2	2	2	2	2	2	1	3	2	18	2	Cukup
12	1	2	2	3	3	3	1	3	2	20	3	Tinggi
13	3	3	3	2	3	3	1	3	3	24	3	Tinggi
14	1	1	1	1	1	1	1	2	1	10	1	Rendah
15	3	3	3	2	1	1	1	3	3	20	3	Tinggi
16	3	2	2	2	3	2	1	3	2	20	2	Cukup
17	2	1	1	2	2	1	1	3	3	16	1	Rendah
18	2	2	2	1	2	1	1	3	3	17	2	Cukup
19	1	2	2	1	2	2	1	3	3	17	2	Cukup
20	1	2	1	2	2	2	1	3	2	16	2	Cukup
21	1	1	1	2	2	2	1	3	2	15	1	Rendah
22	2	2	2	2	2	2	1	3	2	18	2	Cukup
23	2	1	1	2	2	2	1	3	2	16	2	Cukup
24	2	2	2	2	3	3	1	3	2	20	2	Cukup
25	3	2	2	1	2	1	1	3	2	17	2	Cukup
26	3	2	2	2	2	2	1	3	2	19	2	Cukup
27	1	1	2	1	1	1	1	3	1	12	1	Rendah
28	2	2	2	2	2	2	1	3	2	18	2	Cukup
29	1	2	2	2	3	1	1	3	1	16	1	Rendah
30	2	1	1	2	3	2	1	3	1	16	1	Rendah

Lanjutan Lamiran C.

No	Aspek									Total	Modus	katagori
	A. Kognisi			B. Afeksi			C. Psikomotorik					
	1	2	3	1	2	3	1	2	3			
31	1	1	1	1	1	2	1	3	2	13	1	Rendah
32	2	1	1	2	1	2	1	3	2	15	1	Rendah
33	2	2	1	2	2	2	1	3	2	17	2	Cukup
34	2	2	2	1	2	2	1	3	1	16	2	Cukup
35	1	1	1	2	2	2	1	3	1	14	2	Cukup
36	2	2	2	2	2	2	1	3	2	18	2	Cukup
Total	70	70	69	67	78	75	37	108	79			
Modus	2	2	2	2	2	2	1	3	2			
Kat.	C	C	C	C	C	C	R	T	C			

Lampiran D. Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan di Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo.

Harga Jual Ikan Hasil Tangkapan Nelayan

Responden	Harga Jenis Ikan (Rp/Kg)								
	Layang			Tongkol			Teri		
	Terendah	Tertinggi	Rata-rata	Terendah	Tertinggi	Rata-rata	Terendah	Tertinggi	Rata-rata
1	6000	18000	12000	7000	17000	12000	8000	23000	15500
2	6000	18000	12000	6500	20000	13250	8000	24500	16250
3	7400	19000	13200	7400	19000	13200	7500	24000	15750
4	6800	18000	12400	5500	18000	11750	7500	25000	16250
5	6000	19000	12500	7000	17500	12250	7000	23000	14000
6	6000	18500	12250	7500	18500	13000	8000	25500	16750
7	6000	17000	11500	6500	14500	10500	7500	23500	15500
8	6100	17000	11550	7000	17000	12000	8500	23000	15750
9	6000	18000	12000	7000	20000	13500	7500	25000	16250
10	6000	18000	12000	7500	18000	12750	8000	24000	14000
11	6000	19000	12500	6500	17500	12000	8000	24000	16000
12	6000	18000	12000	6500	17500	12000	7500	25000	14000
13	5500	17500	11500	7000	19000	14500	8000	23000	15500
14	5800	17500	11650	7000	17000	12000	8000	23500	15750
15	4700	18500	11600	7500	20000	13750	8500	23000	15750
16	5800	16500	11150	6500	18000	12250	7500	23000	14250
17	6000	17000	11500	6000	17000	11500	8000	23500	15750
18	6000	18000	12000	7000	17500	12250	8000	24000	14250

Lanjutan Lampiran D.

Responden	Harga Jenis Ikan (Rp/Kg)								
	Layang			Tongkol			Teri		
	Terendah	Tertinggi	Rata-rata	Terendah	Tertinggi	Rata-rata	Terendah	Tertinggi	Rata-rata
19	6000	17500	11750	7000	17000	12500	7000	23000	15000
20	6000	17000	11500	7500	17500	12500	7000	24000	15500
21	6200	18000	12100	7000	17500	12250	8500	23500	16000
22	6500	19000	12750	7500	15500	11500	8500	23000	15750
23	7300	18000	12650	7500	20000	13750	8500	23000	15750
24	5500	17000	11250	7000	19500	13250	6500	23000	14750
25	6000	17500	11750	7300	17000	12150	7500	26500	14250
26	6200	18500	12350	7200	17000	12100	7000	23000	15000
27	6500	18500	12500	7000	17500	12250	7500	25000	16250
28	6000	18000	12000	7000	18000	12500	8500	24000	16250
29	6400	19000	12700	7000	16000	11500	8000	25500	16750
30	6800	19000	12900	7000	15500	12500	7000	24000	15500
31	6000	18500	12250	7500	18000	12750	7500	23000	15250
32	5500	18000	11750	6500	17000	12500	7500	25000	14500
33	6200	18500	12350	7000	20000	13500	8500	23500	16000
34	5800	18000	11900	7000	16500	11750	7500	25000	16250
35	6000	18000	12000	7500	18000	12750	8500	24500	16500
36	6000	18000	12000	7500	17000	12250	8500	24500	16500
Harga (Rp/Kg)	6.083	18.013	12.048	6.997	17.708	12.463	7.791	23.958	15.527

Lanjutan Lampiran D Pengambilan atau Pembelian Ikan Pedagang ikan

Responden	Jenis Pedagang	Pengambilan Ikan (KW)		
		Minimal	Maksimal	Rata-rata
1	Luar daerah	3	6	4.5
2	Luar daerah	2	5	3.5
3	Luar daerah	0.9	1.5	1.2
4	Luar daerah	2.5	6	4.25
5	Luar daerah	2	6	4
6	Lokal	1	1.2	1.1
7	pengecer	1	2	1.5
8	pengecer	0.9	1.3	1.1
9	Pasar	0.1	0.3	0.2
10	Lokal	1	2	1.5
11	Lokal	0.8	1.2	1
12	Pandangan	5	10	7.5
13	Pandangan	5	11	8
14	Pandangan	5	10	7.5

Lanjutan Lampiran D Biaya Pemasaran Ikan Pedagang ikan

Responden	Transportasi BBM Liter dalam KW (Rp)	Konfersi BBM Liter dalam Kg (Rp)	Biaya		Biaya TK	Biaya Lain (Besek/12)			Kayu/KW
			Kebutuhan Ez Batu/KW	Es batu (Rp/KW)		Kecil	Sedang	Besar	
1	150,000	333.33	13000	58500					
2	100,000	285.71	15000	52500					
3	50,000	416.67	13000	15600					
4	100,000	235.29	15000	63750					
5	100,000	250.00	15000	60000					
6	15,000	136.36	10000	11000					
7	10,000	66.67	10000	15000					
8	10,000	90.91	12000	13200					
9	0	0.00	5000	1000					
10	50,000	333.33	10000	15000					
11	40,000	400.00	10000	10000					
12	500,000	666.67			900000	1560	2400	2760	6500
13	550,000	687.50			960000	1560	2400	2760	6500
14	500,000	666.67			900000	1560	2400	2760	6500

Lanjutan Lampiran D Harga Jual Pemasaran Ikan Pedagang ikan

Responden	Harga Jual (Rp/Kg)		
	Layang	Tongkol	Teri
1	15,500	12,300	19,500
2	15,000	12,000	19,500
3	15,000	12,300	19,500
4	15,000	12,500	19,500
5	15,000	12,300	19,500
6	15,000	12,000	19,500
7	14,500	11,500	18,500
8	14,500	11,500	18,500
9	16,000	13,500	21,000
10	15,000	12,000	19,000
11	15,300	12,000	19,500
12	17,000	20,000	20,000
13	18,000	23,000	25,000
14	17,500	25,000	21,000

Lampiran E. Tingkat Urgensi Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat pada Peningkatan Peran TPI Pondok Mimbo

Responden 1

Faktor Pendorong

No	Faktor Pendorong	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		D1	D2	D3	D4	D5	
D1	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI		3	2	5	3	2
D2	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo	3		2	5	5	2
D3	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan	2	2		2	3	3
D4	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo	5	5	2		4	2
D5	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan	3	5	3	4		2
Total Nilai Urgensi							11

Faktor Penghambat

No	Faktor Penghambat	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		H1	H2	H3	H4	H5	
H1	Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan		3	5	5	4	2
H2	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo	3		2	4	2	2
H3	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan	5	2		5	3	2
H4	Hubungan <i>pengamba'</i> dengan masyarakat nelayan	5	4	5		2	2
H5	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo	4	2	3	2		2
Total Nilai Urgensi							10

Lanjutan Lampiran E.

Responden 2

Faktor Pendorong

No	Faktor Pendorong	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		D1	D2	D3	D4	D5	
D1	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI		3	2	4	3	2
D2	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo	3		2	5	4	2
D3	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan	2	2		2	2	4
D4	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo	4	5	2		3	2
D5	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan	3	4	2	3		2
Total Nilai Urgensi							12

Faktor Penghambat

No	Faktor Penghambat	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		H1	H2	H3	H4	H5	
H1	Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan		2	4	4	3	2
H2	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo	2		2	3	2	3
H3	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan	4	2		5	3	2
H4	Hubungan <i>pengamba'</i> dengan masyarakat nelayan	4	3	5		4	2
H5	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo	3	2	3	4		2
Total Nilai Urgensi							11

Lanjutan Lampiran E.

Responden 3

Faktor Pendorong

No	Faktor Pendorong	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		D1	D2	D3	D4	D5	
D1	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI		4	2	3	2	2
D2	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo	4		2	4	4	3
D3	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan	2	2		1	2	3
D4	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo	3	4	1		3	2
D5	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan	2	4	2	3		2
Total Nilai Urgensi							12

Faktor Penghambat

No	Faktor Penghambat	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		H1	H2	H3	H4	H5	
H1	Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan		3	3	3	1	3
H2	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo	3		2	2	2	3
H3	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan	3	2		5	5	2
H4	Hubungan <i>pengamba'</i> dengan masyarakat nelayan	3	2	5		2	2
H5	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo	1	2	5	2		2
Total Nilai Urgensi							12

Lanjutan Lampiran E.

Responden 4

Faktor Pendorong

No	Faktor Pendorong	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		D1	D2	D3	D4	D5	
D1	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI		3	2	3	3	3
D2	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo	3		3	5	4	2
D3	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan	2	3		2	2	3
D4	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo	3	5	2		4	2
D5	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan	3	4	2	4		2
Total Nilai Urgensi							12

Faktor Penghambat

No	Faktor Penghambat	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		H1	H2	H3	H4	H5	
H1	Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan		3	3	2	1	2
H2	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo	3		2	2	2	3
H3	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan	3	2		5	4	2
H4	Hubungan <i>pengamba'</i> dengan masyarakat nelayan	2	2	5		2	3
H5	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo	1	2	4	2		2
Total Nilai Urgensi							12

Lampiran F. Evaluasi FFA

No	NU	BF	%	ND	NBD	NK										TNK	NRK	NBK	TNB	FKK	
		Value				D1	D2	D3	D4	D5	H1	H2	H3	H4	H5						
D1	2	0,19	19,15	3	0,62		3	2	4	2	3	3	3	3	5	27,50	2,75	0,53	1,15	3	
D2	2	0,19	19,15	3	0,62	3		2	4	4	2	4	3	3	4	29,25	2,93	0,56	1,18	2	
D3	3	0,28	27,66	5	1,24	2	2		2	2	3	4	3	3	3	23,75	2,38	0,66	1,90	1	
D4	2	0,17	17,02	3	0,51	4	4	2		3	2	3	3	3	4	27,50	2,75	0,47	0,98	4	
D5	2	0,17	17,02	3	0,47	2	4	2	3		2	4	2	2	4	25,00	2,50	0,43	0,89	5	
	12					Total Nilai Bobot Faktor Pendorong															
H1	2	0,20	20,00	4	0,70	3	2	3	2	2		3	4	4	2	24,75	2,48	0,50	1,20	4	
H2	3	0,24	24,44	3	0,73	3	4	4	3	4	3		2	3	2	27,00	2,70	0,66	1,39	2	
H3	2	0,18	17,78	5	0,84	3	3	3	3	2	4	2		5	4	28,75	2,88	0,51	1,36	3	
H4	2	0,20	20,00	5	0,95	3	3	3	3	2	4	3	5		2	27,50	2,75	0,55	1,50	1	
H5	2	0,18	17,78	2	0,40	5	4	3	4	4	2	2	4	2		29,50	2,95	0,52	0,92	5	
	11					Total Nilai Bobot Faktor Pendorong															

Pengolahan data 2016

Keterangan:

- D1 : Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI
- D2 : Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo
- D3 : Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan
- D4 : Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo
- D5 : Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan

- H1 : Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan
- H2 : Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo
- H3 : Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan
- H4 : Hubungan *pengamba'* dengan masyarakat nelayan
- H5 : Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo

Lampiran G. Kuisisioner gambaran umum nelayan, peran TPI Pondok Mimbo dan persepsi nelayan

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUISISIONER

JUDUL : PERAN TEMPAT PELELANGAN IKAN (TPI) DAN PERSEPSINELAYAN SERTA SALURAN PEMASARAN HASIL TANGKAP IKAN DI TPI PONDOK MIMBO KABUPATEN SITUBONDO

LOKASI : DUSUN PONDOK MIMBO DESA BANYUANYAR KECAMATAN BANYUPUTIH KABUPATEN SITUBONDO

A. IDENTITAS PEWAWANCARA

Nama : Ahmad Hosnan

NIM : 101510601069

Tanggal Wawancara :

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Alamat : Dusun : Desa : Banyuanyar

Kecamatan : Banyuputih

Kabupaten : Situbondo

3. Pendidikan terakhir : a. < SD b. SD c. SMP d. SMA
e. Diploma f. Sarjana g. Lainnya: ...

4. Pekerjaan :

5. Pekerjaan sampingan :

6. Jumlah anggota keluarga :orang

7. Umur :

A. GAMBARAN UMUM

1. Sejak tahun berapa anda menjadi nelayan?
.....
2. Apa alasan anda menjadi nelayan?
.....
3. Apakah anda memiliki kapal sendiri dalam melaut?
 - a. Iya
 - b. Tidak
4. Jika iya, berapa ABK (nelayan pandhiga) yang ikut melaut?
.....
5. Apa saja tugas ABK tersebut?
.....
6. Dalam aktivitas nelayan, apakah ABK selalu ikut atau anda sering melakukan pergantian ABK?
.....
7. Apakah terdapat kendala dalam penggunaan abk?
 - a. Iya, kenapa
 - b. Tidak
8. Jika iya, bagaimana cara mengatasinya?
.....
9. Apakah disini terdapat kelompok nelayan?
 - a. Ada
 - b. Tidak ada
10. Jika ada, apakah terdapat pertemuan rutin kelompok nelayan tersebut?
.....
11. Dalam pertemuan kelompok nelayan tersebut, apa yang biasanya dibahas atau dilakukan?
.....
12. Apa manfaat yang anda peroleh dari pertemuan tersebut?
.....

13. Selama satu bulan, berapa hari anda melaut?

.....

14. Apakah terdapat kendala setiap kali anda melaut?

.....

15. Jika ada, bagaimana cara anda mengatasi kendala tersebut?

.....

16. Peralatan apa saja yang digunakan saat melaut?

.....

17. Bagaimana cara anda melakukan pembagian hasil melaut kepada para abk?

.....

18. Berkenaan dengan melaut, dari mana anda memperoleh modal setiap kali melaut?

.....

19. Apakah terdapat kendala dalam pengadaan modal tersebut?

.....

20. Jika ada, bagaimana cara anda mengatasi hal tersebut?

a. Pinjam ke pengambek,

b. Pinjam ke kerabat,

c. Dll.....

B. PEMASARAN HASIL MELAUT

1. Apakah semua hasil melaut dijual?

.....

2. Dimanakah anda menjual hasil melaut?

a. TPI Pondok Mimbo

b. Tengkulak

c. Pedagang

d. Dll

3. Apakah terdapat perantara dalam melakukan pemasaran hasil melaut?

a. Iya, siapa..... bagaimana prosesnya?

b. Tidak

4. Sebelum dijual, apakah anda melakukan penyortiran hasil melaut?

.....

5. Siapakah yang menentukan harga jual ikan?

.....

6. Bagaimana cara pembayaran yang dilakukan?

.....

7. Bagaimana peran TPI pondok mimbo menurut anda?

- a. Pemberi informasi
- b. Tempat pelelangan
- c. Bertemunya produsen dan pedagang
- d. Mencatat hasil penjualan
- e. Menyediakan fasilitas
- f. Menyediakan peralatan (bak, tryas, troli)

8. Harga ikan

No	Jenis ikan	Jumlah (KW)	Harga Jual Terendah	Harga Jual Tertinggi
1.	Ikan Layang			
2.	Ikan Tongkol			
3.	Ikan Teri			

9. Apakah TPI menanggung resiko dalam penjualan?

.....

10. Apa kendala yang sering dihadapi dalam pemasaran hasil melaut?

.....

11. Bagaimana cara anda mengatasi kendala tersebut?

.....

C. Tingkatan Peran TPI dalam Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan

Petunjuk pengisian:

Mohon memberi tanda (x) pada salah satu kolom jawaban yang saudara pilih.

P : Penting

S : Sedang

TP : Tidak Penting

a. SDM (Personil TPI Pondok Mimbo)

No	Butir Pertanyaan	TP	S	P
		1	2	3
1	Tugas personil yang jelas dan terfokus			
2	Personil berasal dari lingkungan Pondok Mimbo			
3	Jumlah SDM aktif			

b. Fasilitas TPI

No	Butir Pertanyaan	TP	S	P
		1	2	3
1	Terdapatnya Timbangan pelelangan			
2	Terdapatnya Lori,Trays			
3	Terdapatnya Gudang penyimpanan			

c. Lokasi TPI

No	Butir Pertanyaan	TP	S	P
		1	2	3
1	Lokasi Pelelangan dekat dengan pelabuhan kapal			
2	Luas latar lelang			
3	Sarana dan Prasarana			

d. Kontribusi TPI terhadap nelayan

No	Butir Pertanyaan	TP	S	P
		1	2	3
1	Pelayanan lelang tiap waktu			
2	Ketersediaan stockholder (pembeli) setiap waktu			
3	Jaminan kepastian harga			

e. Koperasi

No	Butir Pertanyaan	TP	S	P
		1	2	3
1	Peran Koperasi dalam proses lelang			
2	Sistem pengelolaan penjualan ikan			
3	Sistem bagi hasil kepada TPI atau pemerintah daerah			

f. Kepuasan penggunaan TPI

No	Butir Pertanyaan	TP	S	P
		1	2	3
1	Fasilitas TPI			
2	Aktivitas TPI			
3	Pelayanan TPI			

D. Tingkat persepsi nelayan terhadap keberadaan TPI

Petunjuk pengisian:

Mohon memberi tanda (x) pada salah satu kolom jawaban yang saudara pilih.

T : Tinggi

S : Sedang

R : Rendah

a. Kognisi (pengetahuan) masyarakat terhadap keberadaan TPI pondok mimbo

No	Butir Pernyataan	T	S	R
		3	2	1
1	Pemahaman terhadap TPI			
2	Fungsi/Peran TPI			
3	Ruang lingkup TPI			

b. Afeksi (Sikap/Perasaan, emosi) masyarakat terhadap keberadaan TPI pondok mimbo

No	Butir Pernyataan	T	S	R
		3	2	1
1	Kepuasan nelayan terhadap kinerja TPI			
2	Kepuasan pemakaian tempat dan fasilitas TPI			
3	Hubungan social terhadap TPI			

c. Psikomotorik (prilaku) masyarakat terhadap keberadaan TPI pondok mimbo

No	Butir Pernyataan	T	S	R
		3	2	1
1	Menjual ikan lewat TPI			
2	Menjual ikan lewat pengamba'			
3	Memakai segala fasilitas TPI			



Lampiran H. Kuisisioner pedahang ikan

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUISISIONER

JUDUL : PERAN TEMPAT PELELANGAN IKAN (TPI) DAN PERSEPSINELAYAN SERTA SALURAN PEMASARAN HASIL TANGKAP IKAN DI TPI PONDOK MIMBO KABUPATEN SITUBONDO

LOKASI : DUSUN PONDOK MIMBO DESA BANYUANYAR KECAMATAN BANYUPUTIH KABUPATEN SITUBONDO

A. IDENTITAS PEWAWANCARA

Nama : Ahmad Hosnan

NIM : 101510601069

Tanggal Wawancara :

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Alamat :

Dusun :

Desa :

Kecamatan :

Kabupaten :

3. Pendidikan terakhir : a. < SD b. SD c. SMP d. SMA
e. Diploma f. Sarjana g. Lainnya: ...

4. Lama sebagai pedagang :..... Tahun

5. Umur :

A. PEMASARAN HASIL TANGKAPAN IKAN NELAYAN

1. Apakah anda sering membeli ikan hasil melaut di TPI Pondok Mimbo?
.....
2. Alasan apa yang menyebabkan anda membeli ikan di TPI Pondok Mimbo?
.....
3. Apakah ada perbedaan membeli ikan di TPI Pondok Mimbo dengan di tempat lain?
.....
4. Apakah proses pembelian ikan hasil melaut di TPI Pondok Mimbo dengan pelelangan ikan?
.....
5. Siapa yang menjual ikan kepada anda?
 - a. Nelayan langsung
 - b. Pengamba'
 - c. perantara
6. Kenapa anda membeli ikan dengan cara tersebut?
.....
7. Adakah kendala yang dihadapi dalam pembelian ikan dengan cara tersebut?
.....
8. Jika ada kendala, bagaimana cara mengatasinya?
.....
9. Apakah anda menjual semua ikan hasil pembelian tersebut?
 - a. Iya
 - b. Tidak
10. Kemana anda menjual ikan tersebut?
 - a. Daerah sekitar (situbondo)
 - b. Luar daerah
11. Bagaimana saluran pemasarannya?
 - a. Ke pedagang besar
 - b. Ke pedagang kecil
 - c. Langsung ke pasar

12. Menurut anda bagaimana perkembangan harga ikan?

- a. Stabil
- b. Fluktuatif,

13. Dari mana anda memperoleh informasi harga ikan?

.....

14. tujuan penjualan dan harga penjualan

No	Jenis Biaya	Jumlah	Biaya/Satuan (Rp)	Total Biaya (Rp)
	Harga beli ikan			
	Biaya transportasi			
	Biaya tenaga kerja			
	Biaya sortasi			
	Biaya lain.....			
	Biaya lain.....			
	Biaya lain.....			

15. apakah kenaikan harga ikan mempengaruhi pembelian anda?

.....

16. Bagaimana dengan permintaan pasar atau konsumen jika harga ikan naik?

.....

B. FUNGSI PEMASARAN

1. Apakah anda memberikan bantuan dana/kredit/pinjaman kepada nelayan?

- a. Iya, dalam bentuk apa dan berapa lama?

.....

- b. Tidak

2. Apakah anda memiliki standarisasi dalam pembelian ikan di nelayan?

- a. Iya, Bagaimana standarisasinya?

.....

- b. Tidak

3. Apa keuntungan anda jika melakukan standarisasi (penyortiran)?

.....

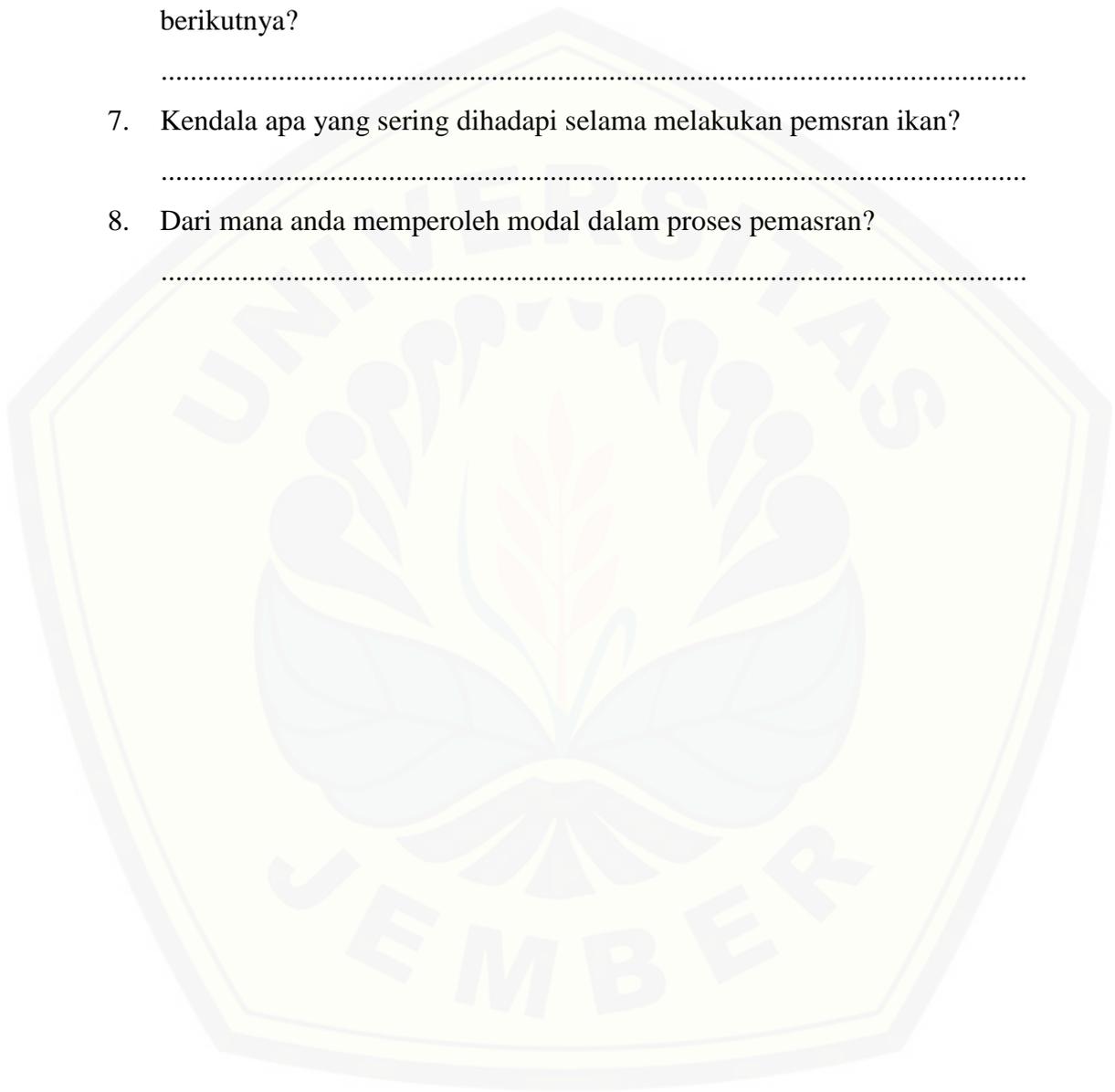
4. Apakah terdapat biaya resiko yang anda tanggung dalam proses pemasaran?

.....
5. Bagaimana cara anda menentukan harga jual ikan?

.....
6. Bagaimana system angkut hingga sampai ke konsumen / kepedagang berikutnya?

.....
7. Kendala apa yang sering dihadapi selama melakukan pemasran ikan?

.....
8. Dari mana anda memperoleh modal dalam proses pemasran?
.....



Lampiran I. Kuisisioner setrategi peningkatan peran TPI Pondok Mimbo

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUISISIONER

JUDUL : PERAN TEMPAT PELELANGAN IKAN (TPI) DAN PERSEPSINELAYAN SERTA SALURAN PEMASARAN HASIL TANGKAP IKAN DI TPI PONDOK MIMBO KABUPATEN SITUBONDO

LOKASI : DUSUN PONDOK MIMBO DESA BANYUANYAR KECAMATAN BANYUPUTIH KABUPATEN SITUBONDO

A. IDENTITAS PEWAWANCARA

Nama :
 NIM :
 Tanggal Wawancara :

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Pekerjaan :
3. Alamat : dusun : desa :
 Kecamatan : Banyuputih
 Kabupaten : Situbondo
4. Pendidikan tertinggi : a. < SD b. SD c. SMP d. SMA
 e. Diploma f. Sarjana g. Lainnya: ...
5. Pekerjaan sampingan :
6. Status kependudukan : Penduduk lokal/Pendatang/WargaAsing
7. Lama Domisili untuk pendatang : Tahun
8. Jumlah anggota keluarga :orang

ANALISIS FFA (FORCE FIELD ANALYSIS)**Petunjuk Pengisian Tabel**

1. Responden diminta mengisi tabel perbandingan antar sub-faktor dari masing-masing faktor pendorong dan faktor penghambat.
2. Diantara dua faktor yang diperbandingkan, Bapak/Ibu cukup menuliskan nomor dari faktor yang lebih penting pada kolom yang berkesesuaian.

No	FAKTOR PENDORONG	No	FAKTOR PENGHAMBAT
D1.	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI	H1.	Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan
D2.	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo	H2.	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo
D3.	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan	H3.	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan
D4.	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo	H4.	Hubungan <i>pengamba'</i> dengan masyarakat nelayan
D5.	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan	H5.	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo

PERTANYAAN

1. Jika Bapak/Ibu diminta membandingkan antara faktor-faktor dari **faktor pendorong Peningkatan Peran Tempat Pelelangan Ikan Pondok Mimbo**, mana yang lebih penting antara satu faktor dengan faktor lainnya dalam mendukung **Peningkatan Peran Tempat Pelelangan Ikan Pondok Mimbo**?

No	FAKTOR PENDORONG	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		D1	D2	D3	D4	D5	
D1.	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI						
D2.	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo						
D3.	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan						
D4.	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo						
D5.	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan						

2. Jika Bapak/Ibu diminta membandingkan antara faktor-faktor dari **faktor penghambat Peningkatan Peran Tempat Pelelangan Ikan Pondok Mimbo**, mana yang lebih penting antara satu faktor dengan faktor lainnya dalam mendukung **Peningkatan Peran Tempat Pelelangan Ikan Pondok Mimbo**?

No	FAKTOR PENGHAMBAT	Tingkat Komparasi Urgensi					NU
		H1	H2	H3	H4	H5	
H1.	Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan						
H2.	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo						
H3.	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan						
H4.	Hubungan <i>pengamba'</i> dengan masyarakat nelayan						
H5.	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo						

3. Nilai Keterkaitan (NK)

No	FAKTOR PENDORONG DAN PENGHAMBAT	NU	ND	NK										
				D1	D2	D3	D4	D5	H1	H2	H3	H4	H5	
D1.	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI			■										
D2.	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo				■									
D3.	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan					■								
D4.	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo						■							
D5.	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan							■						
H1.	Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan								■					
H2.	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo									■				
H3.	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan										■			
H4.	Hubungan <i>pengamba'</i> dengan masyarakat nelayan											■		
H5.	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo												■	

4. Nilai Dukungan (ND)

Faktor Pendorong	(D1)	(D2)	(D3)	(D4)	(D5)
	Kepercayaan nelayan terhadap keberadaan serta fungsi TPI	Jaringan pasar yang dimiliki TPI Pondok Mimbo	Dukungan TPI dalam proses pemasaran ikan	Terdapatnya permintaan pasar yang besar di Lokasi TPI Pondok Mimbo	Potensi TPI Pondok Mimbo dalam hasil tangkapan nelayan
Nilai Dukungan					
Faktor Pendorong	(H1)	(H2)	(H3)	(H4)	(H5)
	Terdapatnya sosial budaya yang kental di masyarakat nelayan	Kurangnya dukungan IPTEK dalam aktivitas Pemasaran Ikan melalui TPI Pondok Mimbo	Terdapatnya pengaba' yang masih mendominasi proses pemasaran hasil tangkap ikan	Hubungan <i>pengamba'</i> dengan masyarakat nelayan	Terdapatnya tempat penimbangan lain dalam satu wilayah PPI Pondok Mimbo
Nilai Dukungan					

Ketentuan Pengisian Tabel:

1. Memberikan Nilai Dukungan (ND) masing-masing faktor.
2. Menganalisa antara dua faktor yang yang diperbandingkan pada nilai keterkaitan (NK).
3. Memberikan nilai keterikatan faktor dalam partisipasi masyarakat.
4. Nilai Skor diisi sama dengan petunjuk sebelumnya.



Dokumentasi



Gambar 1. TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo



Gambar 2. Prsesi penimbangan ikan hasil tangkapan nelayan di TPI Pondok Mimbo



Gambar 3. Timbangan ikan TPI Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo



Gambar 4. Proses pengangkutan ikan hasil tangkapan nelayan dari perahu atau kapal ikan ke TPI Pondok Mimbo



Gambar 5. Ikan hasil tangkapan nelayan



Gambar 6. Ikan hasil pengolahan pedagang pendangan



Gambar 7. Pedagang ikan yang datang ke TPI Pondok Mimbo



Gambar 8. Responden



Gambar 9. Responden



Gambar 10. Responden



Gambar 11. Responden



Gambar 12. Responden



Gambar 13. Responden



Gambar 14. Pedagng ikan pasar Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih
Kebupaten Situbondo