



**KAJIAN PROSPEK BANDENG DITINJAU DARI SEGI
USAHATANI DAN PEMASARAN DI DESA
KALANGANYAR KECAMATAN SEDATI
KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh

**Nanda Pradhana Afriyanti
NIM 081510601033**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**KAJIAN PROSPEK BANDENG DITINJAU DARI SEGI
USAHATANI DAN PEMASARAN DI DESA
KALANGANYAR KECAMATAN SEDATI
KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Jember

Oleh

Nanda Pradhana Afriyanti

NIM 081510601033

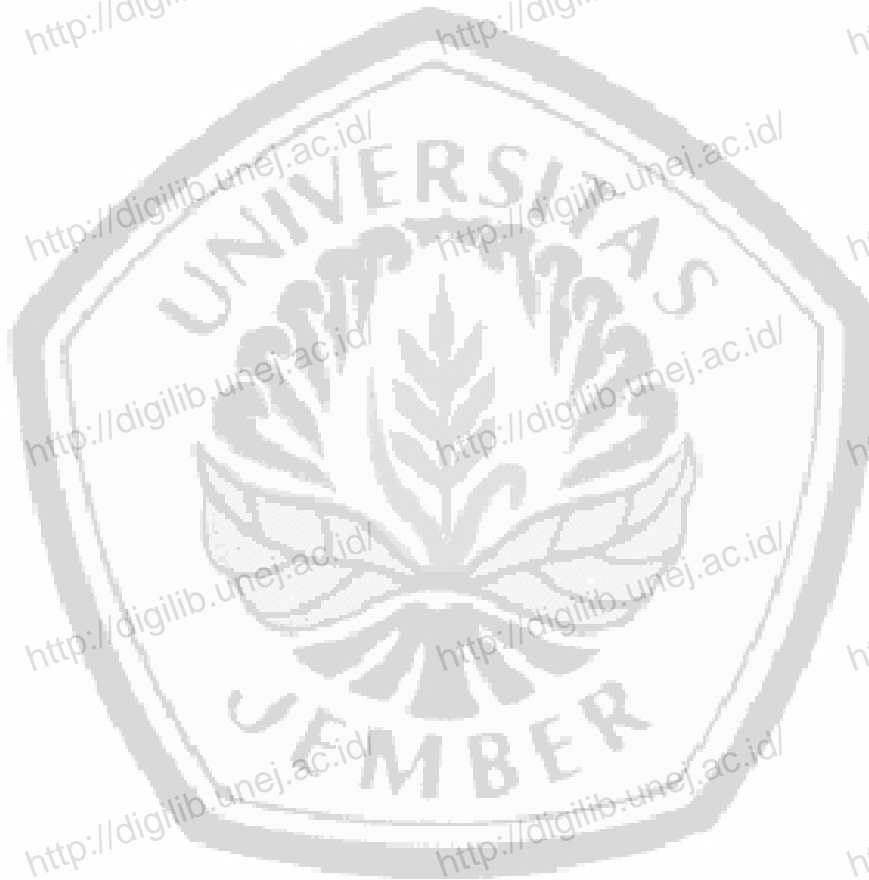
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Nur Fuadah dan Ayahanda Djunaedy yang tercinta;
2. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak samapi dengan perguruan tinggi.
3. Almamater Fakultas Pertanian Universitas Jember;



MOTTO

Orang yang berilmu dan beradab tidak akan diam di kampung halaman.

(Imam Syafi'i)¹

Orang yang paling bermanfaat di dunia ini adalah mereka-mereka yang hidupnya bermanfaat untuk orang lain dan lingkungan sekitarnya.

(Anonim)

Jangan pernah menyesali apa yang sudah terjadi, tapi cobalah untuk bangkit dan perbaiki kesalahan.

(Anonim)



¹ Fuadi, A. 2009. *Negeri 5 Menara*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nanda Pradhana Afriyanti

NIM : 081510601033

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “Kajian Prospek Bandeng Ditinjau dari Segi Usahatani dan Pemasaran di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan ke instansi 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 mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Desember 2012

Yang Menyatakan

Nanda Pradhana Afriyanti

NIM 081510601033

SKRIPSI

**KAJIAN PROSPEK BANDENG DITINJAU DARI SEGI
USAHATANI DAN PEMASARAN DI DESA
KALANGANYAR KECAMATAN SEDATI
KABUPATEN SIDOARJO**

Oleh

Nanda Pradhana Afriyanti
NIM 081510601033

Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Triana Dewi Hapsari, SP., MP.
NIP 19710415 199702 2 001

Pembimbing Anggota : Ir. M. Sunarsih, MS.
NIP 19481227 198010 2 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Kajian Prospek Bandeng Ditinjau dari Segi Usahatani dan Pemasaran di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Pertanian pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 20 Desember 2012
Tempat : Fakultas Pertanian

Tim Penguji

Penguji I,

Dr. Triana Dewi Hapsari, S.P., M.P.
NIP 19710415 199702 2 001

Penguji II

Penguji III

Ir. M. Sunarsih, M.S.
NIP 19481227 198010 2 001

Ebban Bagus Kuntadi, S.P., M.Sc.
NIP 19800220 200604 1 002

Mengesahkan
Dekan Fakultas Pertanian,

Dr. Ir. Jani Januar, M.T.
NIP 19590102 198803 1 002

SUMMARY

The Study of Farming and Marketing Prospect of Milkfish in Kalanganyar Village, Sedati Sub-district, Sidoarjo Regency. Nanda Pradhana Afriyanti, 081510601033, 152 pages, Agribusiness Program Study, Agriculture Faculty, Jember University.

Indonesia is a country which has lot of natural resources, especially the sea resources. 70% of Indonesia's territories are seas and Indonesia's shoreline is one of the longest in the world. The fishery resources potency are divided by two, marine fishery and aquaculture (also known as aquafarming). The level of fish consumption of Indonesian people is very low. The national level of fish consumption by 2009 recorded just reached 30,17 kilograms per capita per year and this is lower than what was expected. The expectation is in amount of 31,4 kilograms. The effort to develop the aquaculture or aquafarming is urgently needed to solve the problem of the low consumption of fish due to high price.

Sidoarjo is one of several regencies in East Java that has the big potency of aquaculture, especially the milkfish. The milkfish production in Sidoarjo is the highest among the other cities in East Java. The embankment area in Sidoarjo stretches from north to south along the east coast, starts from Waru Sub-district until Jabon Sub-district area. Sedati is the most productive sub-district area among the other seven sub-district in Sidoarjo, especially the milkfish production. The research site was chosen in purpose (purposive method) based on the data that was acquired from Central Bureau of Statistics (BPS) of Sidoarjo which states that Kalanganyar Village is the central of milkfish cultivation. The data collection method used is *disproportionate stratified random sampling* to decide the sample for the fish farmer and also *snowball sampling* to decide the institutions involved in the milkfish marketing.

The result of the research shows: (1) the characteristic of milkfish farm in Kalanganyar Village is using water from the sea and the persistence of the use of natural fertilizer to growth the natural weft thus causing the milkfish savory flavor. (2) There are some factors that become the background of the selection of

marketing institutions by the farmers that is habit, credibility, ease in getting money, and accounts payable. The biggest percent factors that become the background of the selection of marketing institutions by the farmers is credibility with the value 37,14%. (3) There are two type of marketing channel of milkfish in Kalanganyar Village: a) the marketing channels of fresh milkfish are divided by two systems, two-tier marketing channel and three-tier marketing channel with the value of marketing margin respectively Rp. 2.274,43/kg and Rp. 2.614,29/kg, b) the marketing channels of processed milkfish are also divided by two systems, two-tier marketing channel and three-tier channel with the same value of marketing margin Rp. 22.115,38/kg. The increase of the value of marketing margin due to increase of marketing profit and marketing profit decline. (4) The SWOT analysis result shows: a) Total value of IFAS 2,06 and total value of EFAS 2,04. In the relative competitive matrix in *white area* position, which mean the business has prospect to be developed, in internal external matrix in V area is growth/stability area and using aggressive strategies. b) The strategy which can be implanted in terms of farm by optimized the embankment productivity by using the milkfish cultivation technique without ruling out the organic aspects, in terms of agroindustry by always innovating the product and promote it through the media, whether it's online media or non-online.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulisan skripsi dengan judul, “Kajian Prospek Bandeng Ditinjau dari Segi Usahatani dan Pemasaran di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo” dapat diselesaikan. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Sarjana Strata 1 (S1), Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Dr. Ir. Jani Januar, M.T. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember;
2. Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Jember;
3. Dr. Triana Dewi Hapsari, SP., MP. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini;
4. Ir. M. Sunarsih, MS. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, pemikiran dan memberikan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
5. Ebban Bagus Kuntadi, S.P., M.Sc. selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan karyawan di Fakultas Pertanian yang telah memberikan bantuan;
7. Orang tuaku tercinta, Nur Fuadah, S.Pd. dan Djunaedy, atas doa, dukungan, nasehat, kesabaran, pengorbanan, dan kasih sayang yang diberikan hingga detik ini;
8. Adikku tersayang Dimas Wahyu Kurniawan dan Moch. Ridho Nugroho Pamungkas, Alm. atas kasih sayang dan perhatiannya, banyak waktu yang telah kita lalui bersama dan tak akan terlupakan sampai kapanpun;

9. Sahabat-sahabatku Alfian, Toni Prabayana, Renadian Anggarda, Nirgasari, Wulan Ayu, Galuh Ekhi, Nyla Zukhrufa, Pratiwi, Ayu 'Bundo', Kun Tepa, Wiendy, Wahyu Wiji, dan atas nasehat dan bantuannya;
10. Saudara-saudaraku Agribisnis Angkatan 2008, atas semua kenangan kita selama ini, *thanks for the greatest memories*;
11. Bapak Achmad Saikhu dan Bapak Sulaikhan atas segala bantuan dan ilmunya kepada peneliti selama di lapang.
12. Semua pihak yang telah memberikan dorongan dan semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga saran dan kritik sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Desember 2012

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.2 Budidaya Bandeng	12
2.1.2.1 Karakteristik Bandeng.....	12
2.1.2.2 Habitat dan Penyebaran.....	12
2.1.2.3 Persiapan Budidaya Bandeng.....	13

2.1.2.4 Budaya Bandeng	14
2.2 Dasar Teori.....	16
2.2.1 Teori Pemasaran	16
2.2.2 Lembaga Pemasaran	17
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	19
2.2.4 Saluran Pemasaran.....	21
2.2.5 Margin Pemasaran	23
2.2.7 Analisis SWOT	24
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.4 Hipotesis	34
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Penentuan Daerah Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Metode Pengambilan Contoh.....	35
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5 Metode Analisis Data.....	38
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	43
BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	46
4.1 Keadaan Umum Wilayah Desa Kalanganyar	46
4.2 Keadaan Penduduk Wilayah Desa Kalanganyar	47
4.2.1 Keadaan Penduduk Menurut Usia	47
4.2.2 Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian.....	49
4.2.3 Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	50
4.3 Sarana dan Prasarana Perhubungan dan	
Telekomunikasi	51
4.3.1 Sarana Perhubungan Darat dan Sarana Transportasi.....	51
4.3.2 Prasarana dan Sarana Telekomunikasi dan Informasi	53
4.4 Keadaan Tambak Bandeng di Desa Kalanganyar	
Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	55

4.5 Keadaan Lembaga Pemasaran di Desa Kalanganyar	
Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	57
4.6 Karakteristik Agroindustri Maharani Crispy di Desa	
Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	58
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN	60
5.1 Karakteristik Usahatani Bandeng Tambak di Desa	
Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	60
5.1.1 Usahatani Bandeng di Desa Kalanganyar Kecamatan	
Sedati Kabupaten Sidoarjo	60
5.1.2 Pasca Panen Bandeng di Desa Kalanganyar Kecamatan	
Sedati Kabupaten Sidoarjo	67
5.2 Dasar Pertimbangan Petambak Memilih Lembaga	
Pemasaran (Pedagang Pengumpul) dalam Memasarkan	
Bandeng	68
5.3 Pola Saluran Pemasaran Bandeng di Desa Kalanganyar	
Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	72
5.4 Analisis Margin Pemasaran Bandeng	74
5.4.1 Analisis Margin Pemasaran Bandeng Segar	74
5.4.2 Analisis Margin Pemasaran Bandeng Olahan	81
5.5 Prospek Pemasaran Bandeng di Desa Kalanganyar	
Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	88
BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN	104
6.1 Simpulan	104
6.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Produksi Budidaya Tambak Menurut Jenis Ikan dan Kabupaten/Kota Tahun 2010	3
1.2 Produksi Ikan Menurut Jenis per Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2011	4
1.3 Jumlah Petani Tambak dan Pandega (PTP) di Kabupaten Diusahakan	6
2.1 Analisis Faktor Internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS)	27
3.1 Jumlah Sampel Petambak Berdasarkan Luas Tambak di Desa Kalanganyar	37
3.2 Analisis Faktor Internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS)	40
4.1 Sebaran Penduduk Berdasarkan Spesifikasi Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2011	48
4.2 Distribusi Penduduk Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Berdasarkan Struktur Mata Pencahariannya Tahun 2011	49
4.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Kelanganyar Kecamatan Sedati Tahun 2011	50
4.4 Tabel Jenis Sarana dan Prasarana Transportasi di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati	52
4.5 Prasarana dan Sarana Telekomunikasi dan Informasi	54
5.1 Luas Tambak dan Jumlah Petambak di Desa Kalanganyar	60
5.2 Identifikasi Perbedaan antara Usahatani Bandeng di Desa Kalanganyar dengan baku Teknis Usahatani Bandeng (Sudrajat, 2011)	61
5.3 Prosentase Dasar Pertimbangan Petambak Memilih Lembaga Pemasaran dalam Memasarkan Bandeng	69
5.4 Analisis Margin Keuntungan dan Biaya Pemasaran pada Saluran Pemasaran Dua Tingkat (Petambak – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer)	75

5.5	Analisis Margin Keuntungan dan Biaya Pemasaran pada Saluran Pemasaran Tiga Tingkat (Petambak – Pedagang Besar – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer)	78
5.6	Perbandingan Margin Pemasaran Bandeng Segar antar Tiap Pola Saluran Pemasaran	80
5.7	Analisis Margin Keuntungan dan Biaya Pemasaran pada Saluran Pemasaran Dua Tingkat (Petambak – Pedagang Besar – Agroindustri)	82
5.8	Analisis Margin Keuntungan dan Biaya Pemasaran pada Saluran Pemasaran Tiga Tingkat (Petambak – Pedagang Besar – Pedagang Pengumpul – Agroindustri)	85
5.9	Perbandingan Margin Pemasaran Bandeng Olahan antar Tiap Pola Saluran Pemasaran	87
5.10	Perbandingan Margin Pemasaran pada Pola Pemasaran Dua Tingkat dan Tiga Tingkat untuk Bandeng Segar dan Bandeng Olahan	87
5.11	Analisis Faktor Strategis Internal	90
5.12	Analisis Faktor Strategis Eksternal	92
5.13	Kondisi Internal Pemasaran Bandeng Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	92
5.14	Kondisi Eksternal Pemasaran Bandeng Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	93

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Proses Pengambilan Keputusan Strategis Menurut Rangkuti (2001)	25
2.2 Analisis SWOT Menurut Rangkuti (2001)	26
2.3 Matrik Kompetitif Relatif (<i>Market Share</i>)	27
2.4 Matrik Internal Eksternal	28
2.5 Penentuan Alternatif Strategi	29
2.6 Skema Kerangka Pemikiran	34
3.1 Matrik Kompetitif Relatif	41
3.2 Matrik Internal Eksternal Usahatani dan Pemasaran Bandeng	42
3.3 Matrik SWOT	43
5.1 Tumpukan Sampah di Tambak	62
5.2 Pakan Bandeng (pellet)	64
5.3 Pohon Api (kiri) dan Daunnya yang Telah Dikeringkan (kanan)	64
5.4 Hama yang Menyerang Tambak	65
5.5 Pola Saluran Pemasaran Bandeng Segar dan Bandeng Olahan	73
5.6 Matrik Kompetitif Relatif Usahatani dan Pemasaran Bandeng di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	94
5.7 Matrik Internal Eksternal	94
5.8 Strategi Pengembangan Usahatani dan Pemasaran Bandeng	96

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Identitas Responden	108
B. Saluran Pemasaran Bandeng Segar	111
C. Saluran Pemasaran Bandeng Olahan	114
D. Margin Pemasaran Bandeng Segar	116
E. Margin Pemasaran Bandeng Olahan	118
F. Kondisi Internal Pemasaran Bandeng di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	120
G. Kondisi Eksternal Pemasaran Bandeng di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	122
H. Dokumentasi	123
I. Kuesioner Petambak Bandeng	127
J. Kuesioner Pedagang	138
K. Kuesioner Agroindustri	143
L. Kuesioner Konsumen	148