



**EFISIENSI PEMASARAN DAN PENDAPATAN
PETAMBAK BANDENG DESA TAMBAK
CEMANDI KECAMATAN SEDATI
KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh

**Eka Cipta Saputri
NIM 131510601072**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2019**



**EFISIENSI PEMASARAN DAN PENDAPATAN PETAMBAK
BANDENG DESA TAMBAK CEMANDI KECAMATAN
SEDATI KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Agribisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Oleh:

**Eka Cipta Saputri
NIM 131510601072**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Mustofa, Ibunda Winarni serta adik saya Safna Dwi Syahfitri yang tercinta. Terima kasih tak terhingga untuk seluruh nasehat, motivasi, tenaga, materi dan doa yang selalu diberikan dengan tulus dan ikhlas di setiap langkah-langkah saya;
2. Nenek Katini, Eyang Slamet, Tante Supriatin, Tante Asih serta semua keluarga yang di Jember. Terimakasih telah menjadi orangtua kedua selama di Jember dan selalu memberikan motivasi, dorongan dan semangat setiap harinya;
3. Semua guru-guru, guru TK Dharma Wanita 2, guru SDN Simogirang 1 Sidoarjo, guru SMPN 1 Krian Sidoarjo, guru SMAN 1 Krian Sidoarjo, serta dosen-dosen Fakultas Pertanian Universitas Jember;
4. Teman-teman seperjuangan angkatan 2013 yang selalu berbagi cerita, pengalaman dan dukungan yang sangat berarti bagi saya;
5. Almamater yang saya banggakan, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember;
6. Pihak-pihak yang telah membantu kelancaran penelitian saya, pihak kelompok petambak yang selalu menyenangkan untuk diajak berdiskusi, dan terimakasih juga untuk pihak-pihak lain.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

Q.S Al Insyirah : 6-8

“Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak”

Ernest Newman

“Manfaatkan lima perkara sebelum datangnya lima perkara, masa mudamu sebelum datang masa tuamu. Masa sehatmu sebelum datang masa sakitmu. Masa kayamu sebelum datang masa kefakiranmu. Masa senggangmu sebelum datang masa sibukmu. Hidupmu sebelum datang kematianmu”

Nabi Muhammad SAW

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Cipta Saputri

NIM : 131510601072

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Petambak Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo”**

adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam pengutipan substansi 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 dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 April 2019

Yang menyatakan,

Eka Cipta Saputri
NIM 131510601072

SKRIPSI

**EFISIENSI PEMASARAN DAN PENDAPATAN PETAMBAK
BANDENG DESA TAMBAK CEMANDI KECAMATAN
SEDATI KABUPATEN SIDOARJO**



Oleh :
Eka Cipta Saputri
NIM 131510601072

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Ati Kusmiati, SP., MP.

NIP. 197809172002122001

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP.

NIP. 196309031990022001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Petambak Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo**” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Selasa, 23 April 2019

tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Dosen Pembimbing Utama,

Dosen Pembimbing Anggota,

Ati Kusmiati, SP., MP.
NIP. 197809172002122001

Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP.
NIP. 196309031990022001

Penguji 1,

Penguji 2,

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

Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M.
NIP. 197006261994031002

Mengesahkan,

Dekan,

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

RINGKASAN

Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Petambak Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo, Eka Cipta Saputri, 131510601072, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Kabupaten Sidoarjo adalah daerah yang dihipit dua sungai besar, yakni Sungai Mas dan Sungai Brantas, yang memiliki potensi perikanan yang cukup besar. Potensi yang dikembangkan adalah budidaya tambak bandeng. Hal ini didukung oleh kondisi kawasan pesisir Kabupaten Sidoarjo yang sangat potensial dalam pengembangan budidaya tambak ikan. Budidaya bandeng yang dilakukan oleh masyarakat Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo memiliki masa panen selama 5 sampai 6 bulan sekali. Permasalahan yang terdapat dalam budidaya bandeng adalah dalam hal pemasaran dan tingginya biaya produksi. Pemasaran bandeng dilakukan dengan melalui beberapa lembaga yakni pedagang pengumpul, pedagang besar desa, pedagang pengecer dan pedagang pasar ikan. Kendala yang terdapat dalam pemasaran bandeng yaitu waktu panen, harga produk dan jumlah produksi bandeng yang diminta oleh konsumen. Terbatasnya modal yang dimiliki oleh petambak juga merupakan kendala dalam berbudidaya bandeng.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui saluran pemasaran hasil produksi bandeng yang ada di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo, (2) mengetahui efisiensi pemasaran, *share* biaya, dan *share* keuntungan lembaga pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo, (3) mengetahui pendapatan petambak bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. Penentuan daerah penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *purposive method* atau penentuan lokasi yang didasarkan pada pertimbangan yang logis. Penelitian ini berlokasi di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan analitik. Metode pengambilan contoh dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode

proportionate stratified random sampling dan *snowball sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara (*interview*), observasi dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui tujuan pertama yaitu menggunakan metode deskriptif, tujuan yang kedua menggunakan rumus efisiensi pemasaran, dan tujuan ketiga menggunakan rumus pendapatan.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat empat saluran pemasaran bandeng, yakni saluran pemasaran I petambak – pedagang pengumpul – pedagang pasar ikan – konsumen, saluran pemasaran II petambak – pedagang pengumpul – pedagang besar desa – pedagang pengecer – konsumen, saluran pemasaran III petambak – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen, saluran pemasaran IV petambak – pedagang pengumpul – pedagang luar kota, (2) Pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi adalah efisien karena nilai EP lebih kecil dari 50% dengan nilai *share* keuntungan lebih besar dari nilai *share* biaya, dan (3) Pendapatan budidaya bandeng adalah menguntungkan karena penerimaan lebih tinggi dibandingkan dengan total biaya produksi.

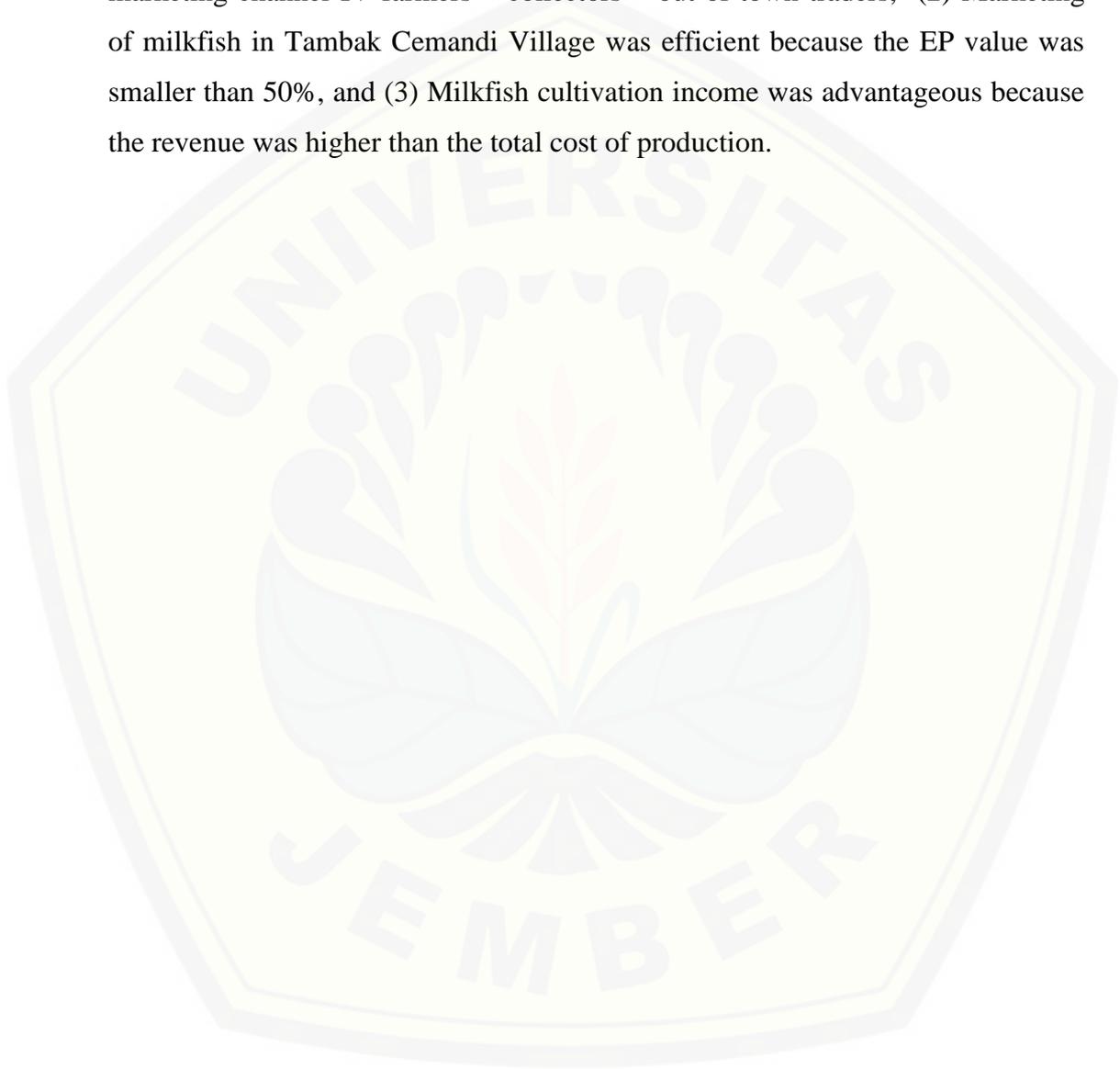
SUMMARY

Marketing Efficiency and Income of Milkfish Farmers in Tambak Cemandi Village, Sedati Sub-District, Sidoarjo Regency, Eka Cipta Saputri, 131510601072, Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, University of Jember.

Sidoarjo is an area that squeezed by two large rivers, namely Mas River and Brantas River, which have considerable fisheries potential. One of the potential that developed there is cultivation of milkfish ponds. This is supported by condition of Sidoarjo coastal area. Milkfish cultivation that carried out by the community of Tambak Cemandi Village, Sedati District, Sidoarjo Regency had harvest period of 5 to 6 months. The problems found in milkfish cultivation were in terms of marketing and high production costs. Milkfish marketing was carried out through several institutions, namely traders, wholesalers, retailers and TPI traders. Constraints found in milkfish marketing were harvest time, product prices and the amount of milkfish production demanded by consumers. The high production costs and limited capital were also constraints that experienced by farmers in milkfish cultivation.

This research aimed to: (1) find out marketing channels of milkfish production in Tambak Cemandi Village, Sedati District, Sidoarjo Regency, (2) find out about marketing efficiency, cost sharing, and profit share of milkfish marketing agency in Tambak Cemandi Village, Sedati District, Sidoarjo Regency, (3) determine income of milkfish farmers in Tambak Cemandi Village, Sedati District, Sidoarjo Regency. The used of research determination area was purposive method or deliberately with logical considerations. This research was located in Tambak Cemandi Village, Sedati District, Sidoarjo Regency. The used research method was descriptive and analytical. The used sampling method was snowball and proportionate stratified random sampling. The used data collection methods were interviews, observation and documentation. The used data analysis method for the first aim was descriptive, the second aim used marketing efficiency formula, and the third aim used income formula.

Research results showed that: (1) there were three marketing channels of milkfish, namely marketing channel I farmers – collectors – fish market traders - consumers, marketing channel II farmers - collectors - wholesalers - retailers - consumers, marketing channel III farmers - collectors - retailers – consumers, marketing channel IV farmers – collectors – out-of-town traders, (2) Marketing of milkfish in Tambak Cemandi Village was efficient because the EP value was smaller than 50%, and (3) Milkfish cultivation income was advantageous because the revenue was higher than the total cost of production.



PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Dan Pendapatan Petambak Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo”. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph.D selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember.
2. M. Rondhi, SP, MP., Ph.D selaku Ketua Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.
3. Ibu Ati Kusmiati, SP., MP. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP. selaku Dosen Pembimbing Anggota, yang telah memberikan bimbingan hingga karya ilmiah tertulis ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dr. Ir. Sri Subekti, M.Si, dan (Alm.) Bapak Ir. H. Rudi Hartadi, M.Si. selaku Dosen Penguji Utama serta Bapak Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M. selaku Dosen Penguji Anggota yang telah memberikan masukan demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Ir. Imam Syafii, MS dan Ir. Anik Suwandari, MP. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan motivasi dari awal perkuliahan hingga terselesaikannya karya ilmiah ini.
6. Kedua orang tua terkasih Bapak Mustofa dan Ibu Winarni, atas seluruh kasih sayang, motivasi, jerih payah, materi dan doa yang selalu diberikan dengan tulus dan ikhlas dalam setiap usaha saya.
7. Nenek Katini, Eyang Slamet, Tante Supriatin, Tante Asih serta semua keluarga yang di Jember yang selalu memberikan motivasi, dorongan dan semangat setiap harinya.

8. Teman sekaligus sahabat “Kunyit Squad” Auliyak, Ainik, Tiyak, Popon yang selalu ada bersama dalam suka dan duka dalam senang maupun susah.
9. Nanda Wenas Wijaya yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta kasih sayang yang tiada henti dengan penuh kesabaran.
10. Keluarga “Brownies Kalingga” Ibu Ruslin, Bapak Dani, Farel, Zizi, Lela, Mbak Lis, dan Mbak Hani yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta dorongan setiap harinya.
11. Keluarga “Ponpes Darul Ulum” Nia Naia, Lulul, Vita, Dimas, Rangga, Indra, Adi, dan Nabria yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta dorongan setiap harinya.
12. Keluarga “Pendaki Gunung” yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta dorongan setiap harinya.
13. Teman-teman Agribisnis 2, teman magang, teman KKN 42 yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
14. Bapak Amat selaku kepala Desa Tambak Cemandi, Bapak Suharsono selaku ketua kelompok pembudidaya ikan di Desa Tambak Cemandi beserta seluruh anggota kelompok pembudidaya ikan serta para pedagang bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo yang telah memberikan informasi dan menjadi responden dalam penelitian ini. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berjasa dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Almamater yang saya banggakan, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah tertulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan tulisan ini. Semoga karya ilmiah tertulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang ingin mengembangkannya.

Jember, 23 April 2019

Penulis

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 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Tinjauan Pustaka	15
2.2.1 Klasifikasi Bandeng	15
2.2.2 Budidaya Bandeng.....	16
2.2.3 Teori Usahatani.....	18
2.2.4 Teori Pasar dan Pemasaran	19
2.2.5 Saluran Pemasaran	21

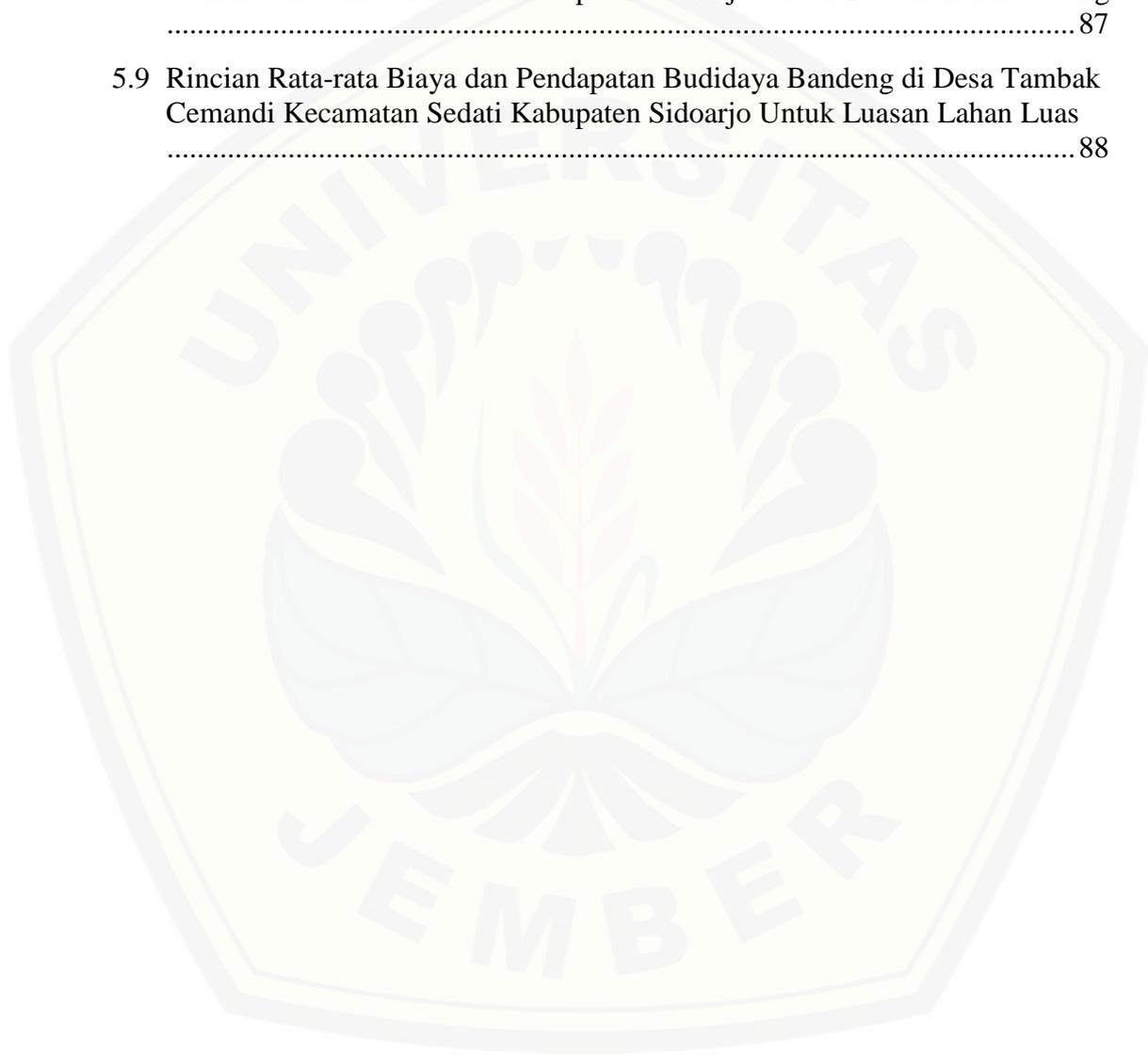
2.2.6 Lembaga Pemasaran	24
2.2.7 Biaya dan Marjin Pemasaran	28
2.2.8 Efisiensi Pemasaran	32
2.2.9 Teori Produksi.....	33
2.2.10 Teori Biaya Produksi	34
2.2.11 Teori Penerimaan	37
2.2.12 Teori Pendapatan	38
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.4 Hipotesis.....	43
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	44
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5 Metode Analisis Data	47
3.6 Definisi Operasional.....	49
BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	52
4.1 Keadaan Geografis.....	52
4.2 Penggunaan Tanah	52
4.3 Keadaan Penduduk.....	53
4.4 Keadaan Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur	54
4.5 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian.....	55
4.6 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	56
4.7 Fasilitas Umum dan Sosial Desa Tambak Cemandi.....	57
4.8 Keadaan Tambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	58
4.9 Budidaya Bandeng.....	60
4.9.1 Persiapan Tambak.....	60
4.9.2 Pengeringan Tambak	60
4.9.3 Pengapuran Tambak	60

4.9.4 Penebaran Benih	61
4.9.5 Pemeliharaan.....	61
4.9.6 Pemanenan	61
4.9.7 Pemasaran	62
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN	63
5.1 Saluran Pemasaran Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	63
5.2 Efisiensi Pemasaran, <i>Share</i> Biaya, dan <i>Share</i> Keuntungan Lembaga Pemasaran Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	71
5.2.1 Marjin Pemasaran Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	71
5.2.2 Efisiensi Pemasaran Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	79
5.3 Pendapatan Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	82
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN	91
6.1 Kesimpulan	91
6.2 Saran.	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	97
KUISIONER.....	134
DOKUMENTASI.....	145

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Sentra Produksi Bandeng di Indonesia Tahun 2013	3
1.2 Perbandingan Kandungan Gizi yang Terdapat pada Bandeng dan Jenis Ikan Lainnya	4
1.3 Produksi Bandeng di Provinsi Jawa Timur Tahun 2014	5
1.4 Produksi Menurut Jenis Ikan di Sidoarjo Tahun 2010-2015	6
1.5 Luas Area dan Produksi Ikan Menurut Jenis per Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2013	7
3.1 Pembagian Strata Petambak Bandeng Menurut Luas Tambak di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	45
4.1 Luas Wilayah Menurut Klasifikasi Penggunaan Tanah di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016	53
4.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016.....	54
4.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016.....	54
4.4 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016.....	55
4.5 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016	56
4.6 Fasilitas Umum dan Fasilitas Sosial yang Ada di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016.....	57
5.1 Margin Pemasaran dan Biaya Pemasaran Bandeng pada Saluran Pemasaran I (Dua Tingkat) di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016.....	72
5.2 Margin Pemasaran dan Biaya Pemasaran Bandeng pada Saluran Pemasaran II (Tiga Tingkat) di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	74
5.3 Margin Pemasaran dan Biaya Pemasaran Bandeng pada Saluran Pemasaran III (Dua Tingkat) di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	77
5.4 Hasil Perhitungan Nilai Efisiensi Pemasaran Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	80
5.5 Rincian Rata-rata Biaya Budidaya Bandeng per 1 Hektar di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo	83

5.6	Pendapatan Petambak Bandeng per Musim di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo (Konversi 1 Ha).....	84
5.7	Rincian Rata-rata Biaya dan Pendapatan Budidaya Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Untuk Luasan Lahan Sempit	86
5.8	Rincian Rata-rata Biaya dan Pendapatan Budidaya Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Untuk Luasan Lahan Sedang	87
5.9	Rincian Rata-rata Biaya dan Pendapatan Budidaya Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Untuk Luasan Lahan Luas	88



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Saluran Pemasaran Tingkat Nol.....	23
2.2 Saluran Pemasaran Tingkat Satu	24
2.3 Saluran Pemasaran Tingkat Dua	24
2.4 Saluran Pemasaran Tingkat Banyak	24
2.5 Kurva Penawaran dan Permintaan Primer dan Turunan Serta Marjin Pemasaran	30
2.6 Kurva Biaya Total.....	36
2.7 Skema Kerangka Pemikiran.....	42
5.1 Saluran Pemasaran Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	67
5.2 Saluran Pemasaran Bandeng Dua Tingkat di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	68
5.3 Saluran Pemasaran Bandeng Tiga Tingkat di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	69
5.4 Saluran Pemasaran Bandeng Dua Tingkat di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	70
5.5 Saluran Pemasaran Bandeng Satu Tingkat di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A1. Data Identitas Petambak Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	97
A2. Data Identitas Pedagang Pengumpul Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	98
A3. Data Identitas Pedagang Besar Desa Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	98
A4. Data Identitas Pedagang Pengecer Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	99
A5. Data Identitas Pedagang Pasar Ikan Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	99
B1. Saluran Pemasaran I (Petambak-Pedagang Pengumpul-Pedagang Pasar Ikan - Rumah Tangga).....	100
B2. Saluran Pemasaran II (Petambak-Pedagang Pengumpul-Pedagang Besar-Pedagang Pengecer-Rumah Tangga).....	102
B3. Saluran Pemasaran III (Petambak-Pedagang Pengumpul-Pedagang Pengecer-Rumah Tangga).....	106
C. Persentase Jumlah Petambak yang Terdistribusi pada Keempat Saluran Pemasaran Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	108
D1. Analisis Margin Pemasaran Bandeng pada Saluran Pemasaran I (Petambak-Pedagang Pengumpul-Pedagang Pasar Ikan-Rumah Tangga).....	108
D2. Analisis Margin Pemasaran Bandeng pada Saluran Pemasaran II (Petambak-Pedagang Pengumpul-Pedagang Besar Desa-Pedagang Pengecer-Rumah Tangga).....	110
D3. Analisis Margin Pemasaran Bandeng pada Saluran Pemasaran III (Petambak-Pedagang Pengumpul-Pedagang Pengecer-Rumah Tangga).....	112
E. Perbedaan Margin Pemasaran pada Masing-masing Saluran Pemasaran Bandeng.....	114
F. Nilai Efisiensi pada Masing-masing Saluran Pemasaran Bandeng.....	114
G. Data Responden Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	115
H. Biaya Benih Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	116

I.	Biaya Pupuk petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	117
J.	Biaya Obat Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	118
K.	Biaya Pakan Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	119
L.	Biaya Tenaga Kerja Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	120
M.	Biaya Penyusutan Terpal Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	122
N.	Biaya Penyusutan Permati Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	123
O.	Biaya Penyusutan Keranjang Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	124
P.	Biaya Penyusutan Sesar Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	125
Q.	Biaya Tetap Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	126
R.	Biaya Variabel Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	127
S.	Penerimaan Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	129
T.	Pendapatan Petambak/Periode Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.....	130
U.	Pendapatan Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo (Konversi 1 Ha).....	132

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia secara geografis merupakan sebuah negara kepulauan dengan dua pertiga luas lautan lebih besar daripada daratan. Hal ini bisa terlihat dengan adanya garis pantai di hampir setiap pulau di Indonesia (\pm 81.000 km) yang menjadikan Indonesia menempati urutan kedua setelah Kanada sebagai negara yang memiliki garis pantai terpanjang di dunia. Data *Food and Agriculture Organization* di 2012, Indonesia pada saat ini menempati peringkat ketiga terbesar dunia dalam produksi perikanan di bawah China dan India (Perum Perikanan Indonesia, 2015).

Peluang pengembangan usaha perikanan Indonesia memiliki prospek yang sangat tinggi. Potensi ekonomi sumber daya kelautan dan perikanan yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi diperkirakan mencapai USD 82 miliar per tahun. Potensi lestari sumber daya ikan laut Indonesia sebesar 6,5 juta ton per tahun tersebar di perairan wilayah Indonesia dan perairan Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia (ZEEI) yang terbagi dalam sembilan wilayah perairan utama Indonesia. Dari seluruh potensi sumber daya tersebut, guna menjaga keberlanjutan stok ikan jumlah tangkapan yang diperbolehkan (JTJ) sebesar 5,12 juta ton per tahun. Volume dan nilai produksi untuk setiap komoditas unggulan perikanan budidaya dari tahun 2010-2014 mengalami kenaikan, terdiri dari udang mengalami kenaikan rata-rata per tahun sebesar 14,03%; kerapu mengalami kenaikan rata-rata per tahun sebesar 9,61%; bandeng mengalami kenaikan rata-rata per tahun sebesar 10,45%; patin mengalami kenaikan rata-rata per tahun sebesar 30,73%; nila mengalami kenaikan rata-rata per tahun sebesar 19,03%; ikan mas mengalami kenaikan rata-rata per tahun sebesar 14,44%; lele mengalami kenaikan rata-rata per tahun sebesar 26,43%; gurame mengalami kenaikan rata-rata per tahun sebesar 17,70%; dan rumput laut mengalami kenaikan rata-rata per tahun sebesar 27,72% (Maradong, 2016).

Pola kegiatan usaha budidaya perikanan darat dapat dibagi menjadi dua yaitu usaha tangkap dan usaha budidaya. Usaha budidaya ikan merupakan salah

satu cara mengembangbiakkan ikan baik dalam kolam, minapadi, maupun diusahakan pada keramba. Usaha budidaya ikan menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat dalam mengatasi keterbatasan sumberdaya perikanan darat dan juga untuk menjaga kelestarian ekosistem yang akan terganggu apabila penangkapan dilakukan secara terus menerus tanpa memperhatikan kondisi lingkungannya. Usaha budidaya ikan merupakan usaha dalam memenuhi kebutuhan gizi masyarakat karena produk ikan merupakan salah satu sumber makanan yang memiliki protein tinggi. Adanya peningkatan konsumsi protein, khususnya berasal dari ikan, secara tidak langsung akan mendorong peningkatan permintaan ikan. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan jumlah produksi ikan baik melalui perikanan hasil budidaya maupun perikanan hasil tangkapan (Sinar Tani, 1996).

Usaha budidaya perikanan darat memiliki prospek ekonomi yang sangat cerah karena sampai sekarang kebutuhan akan ikan, baik yang berupa segar maupun olahan, masih belum mencukupi kebutuhan konsumen. Budidaya perikanan darat dapat dilakukan dengan memanfaatkan wilayah sepanjang pesisir pantai yang merupakan nilai lebih perairan Indonesia dan biasanya dikenal dengan nama tambak. Salah satu jenis ikan yang memiliki potensi untuk dibudidayakan di tambak adalah ikan bandeng (Larasati, 2008).

Bandeng merupakan ikan yang memiliki nama latin *Chanos chanos*, sejenis ikan laut dari Famili *Chanidae* dan ordo *Malacopterygii*. Bandeng dikenal sebagai *Milkfish* dan memiliki karakteristik tubuh langsing berbentuk seperti peluru dengan sirip ekor bercabang sebagai petunjuk bahwa bandeng memiliki kesanggupan berenang dengan cepat. Tubuh bandeng berwarna putih keperak-perakan dan dagingnya berwarna putih susu. Bandeng yang hidup di alam memiliki panjang tubuh mencapai 1 m. Namun, bandeng yang dibudidayakan di tambak hanya dapat dicapai ukuran panjang tubuh maksimal 0,50 m. Bandeng sebagai ikan laut memiliki daerah penyebaran yang sangat luas, namun ikan bandeng jarang tertangkap sebagai hasil laut (Murtidjo, 2002).

Bandeng pada beberapa provinsi, terutama di Pulau Jawa, menjadi komoditas unggulan dan olahannya pun menjadi makanan khas provinsi. Seperti Banten, provinsi ini terkenal dengan produk sate bandengnya yang sangat khas, di

Jawa Tengah terutama wilayah Semarang terkenal dengan bandeng presto dan di Jawa Timur terutama wilayah Sidoarjo banyak memproduksi bandeng cabut duri. Di beberapa provinsi yakni, Jawa Timur, Jawa Tengah, Banten, dan Jawa Barat, bandeng dibudidayakan dengan sistem budidaya tambak dan budidaya laut. Budidaya bandeng di tambak ataupun dalam keramba jaring apung di laut relatif tidak mudah dibanding budidaya budidaya air tawar (Fauzi, 2013). Berikut adalah tabel sentra produksi bandeng di Indonesia tahun 2013.

Tabel 1.1 Sentra Produksi Bandeng di Indonesia tahun 2013

No.	Provinsi	Pangsa (%)	Produksi (ton)
1.	Jawa Timur	22,86	138.626
2.	Sulawesi Selatan	19,77	119.896
3.	Jawa Barat	15,48	93.887
4.	Jawa Tengah	12,00	72.803
5.	Sulawesi Utara	9,03	54.774
6.	Aceh	3,39	20.530
7.	Kalimanta Selatan	3,04	18.414
8.	Kalimantan Timur	2,99	18.134
9.	Sulawesi Barat	2,44	14.815
10.	NTB	2,24	13.564
11.	Banten	1,81	10.997
12.	Gorontalo	1,61	4.226
13.	Kalimantan Tengah	1,11	6.937
14.	Lampung	1,11	6.736
15.	Sulawesi Tengah	1,09	6.636

Sumber: Statistik Perikanan Budidaya, 2013

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa produksi terbesar di Indonesia ada pada provinsi Jawa Timur dengan produksi sebesar 138.626 ton. Produksi terbesar kedua adalah provinsi Sulawesi Selatan dengan produksi sebesar 119.896 ton. Produksi terbesar ketiga ada pada provinsi Jawa Barat dengan produksi sebesar 93.887 ton. Provinsi Jawa timur sebagai sentra produksi bandeng terbesar terdapat di beberapa kabupaten yang wilayah geografisnya sangat potensial untuk digunakan sebagai budidaya bandeng.

Menurut Suprapti (2002), bandeng banyak disukai masyarakat karena memiliki rasa yang lebih lezat dan gurih jika dibandingkan dengan jenis ikan yang lain. Bandeng juga memiliki kandungan omega 3 yang lebih tinggi dibandingkan ikan salmon. Penyajian bandeng di Indonesia tidaklah sama antara satu tempat

dengan tempat lainnya. Dengan demikian bandeng menjadi produk unggulan di masing-masing daerah tertentu. Berikut adalah perbandingan kandungan gizi yang terdapat pada bandeng dan jenis ikan lainnya.

Tabel 1.2 Perbandingan Kandungan Gizi yang Terdapat pada Bandeng dan Jenis Ikan Lainnya.

No.	Jenis Ikan	Kalori (kal)	Protein (g)	Lemak (g)	Kalsium (mg)	Zat Besi (mg)
1.	Tawes	198	19,0	13,0	48	0,4
2.	Bandeng	129	20,0	4,8	20	2,0
3.	Kakap	92	20,0	0,7	20	1,0
4.	Lemuru	112	20,0	3,0	20	1,0
5.	Udang	91	21,0	0,2	136	8,0
6.	Bawal	96	19,0	1,7	20	2,0
7.	Gabus	74	25,2	1,7	62	0,9
8.	Teri	77	16,0	1,0	500	1,0

Sumber: Saparinto, et al., 2006

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa bandeng memiliki nilai gizi yang cukup tinggi. Setiap 100 gram daging bandeng mengandung 129 kal, 20 gram protein, 4,8 gram lemak, 20 mg kalsium, dan 2,0 mg zat besi. Kandungan gizi yang cukup tinggi ini mendorong penduduk Indonesia yang berada di wilayah pesisir melakukan budidaya bandeng. Selain mudah dibudidayakan, bandeng juga memiliki tingkat angka kematian yang lebih rendah dibandingkan dengan udang.

Bandeng cenderung hidup berkelompok di sekitar pesisir. Bandeng muda biasanya hidup di air payau dan akan kembali ke laut jika sudah dewasa untuk berkembang biak. Bandeng berkembang biak di laut yang jernih dan memiliki kedalaman sekitar 50 m. Bandeng (*Chanos chanos*) disukai sebagai makanan karena rasanya gurih, rasa daging netral (tidak asin seperti ikan laut) dan tidak mudah hancur jika dimasak. Namun ikan ini tergolong ikan yang memiliki duri banyak dan kadang-kadang berbau lumpur atau tanah. Duri bandeng sebenarnya adalah tulang dari bandeng. Ikan ini paling banyak dibudidayakan di Kabupaten Gresik dan Kabupaten Sidoarjo. Pada tahun 2014, produksi bandeng di Provinsi Jawa Timur mencapai 90.513,8 ton. Pada budidaya tambak, Kabupaten Gresik yang memproduksi bandeng terbesar memberikan kontribusi sebanyak 43,70% dari total produksi provinsi, disusul Kabupaten Sidoarjo sebesar 38,18% (Dinas

Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Timur, 2015). Berikut adalah data jumlah produksi bandeng pada tahun 2014 di Provinsi Jawa Timur.

Tabel 1.3 Produksi Bandeng di Provinsi Jawa Timur Tahun 2014

No.	Kabupaten/Kota	Luas (Ha)	Produksi (Ton)	% Produksi
1.	Kab. Tuban	740,18	1.039,1	1,14
2.	Kab. Lamongan	1.658,00	738,6	0,822
3.	Kab. Gresik	15.601,00	39.545	43,70
4.	Kota Surabaya	3.139,66	4.618,7	5,10
5.	Kab. Bangkalan	1.091,00	723,8	0,80
6.	Kab. Sampang	3.264,50	2.140,0	2,382
7.	Kab. Sumenep	1.957,13	368,8	0,40
8.	Kab. Sidoarjo	15.513,41	34.561,9	38,18
9.	Kab. Pasuruan	3.966,90	4.518,7	5,00
10.	Kota Pasuruan	512,00	494,3	0,54
11.	Kab. Probolinggo	1.279,00	1.465,8	1,61
12.	Kota Probolinggo	155,11	143,6	0,15
13.	Kab. Situbondo	568,40	5,6	0,006
14.	Kab. Banyuwangi	1.104,00	141,1	0,16
15.	Kab. Jember	134,00	8,8	0,010

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Timur, 2015

Kabupaten Sidoarjo adalah daerah yang dihimpit dua sungai besar, sehingga terkenal dengan sebutan Kota Delta. Di sebelah utara melintas Sungai Mas dan di sebelah selatan wilayah, melintas Sungai Brantas. Kabupaten Sidoarjo merupakan kabupaten yang memiliki potensi perikanan yang cukup besar. Potensi yang dikembangkan salah satunya adalah budidaya tambak ikan. Hal ini didukung oleh kondisi kawasan pesisir Kabupaten Sidoarjo yang sangat potensial dalam pengembangan budidaya tambak ikan. Pengembangan budidaya tambak tersebut diharapkan dapat memicu peningkatan produksi perikanan budidaya dan peningkatan aktivitas ekonomi di Kabupaten Sidoarjo. Adapun data terkait produksi perikanan berdasarkan jenis ikan yang dihasilkan di Kabupaten Sidoarjo adalah sebagai berikut.

Tabel 1.4 Produksi Menurut Jenis Ikan di Sidoarjo Tahun 2010 – 2015

No	Jenis Ikan	Produksi (juta ton)					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
1.	Bandeng	19.839,6	23.295,0	27.177,5	31.026,4	34.561,9	575.521,9
2.	Udang Windu	3.725,4	3.782,5	3.913,1	3.937,7	4.010,3	252.810,0
3.	Udang Vanamei	1.405,6	1.676,6	2.445,4	2.721,7	4.176,5	233.576,0
4.	Udang Campur	5.559,4	4.002,2	3.802,4	3.602,4	1.163,1	58.807,0
5.	Tawes	2.027,1	1.000,8	700,7	1.676,0	-	-
6.	Nila	8.621,9	11.182,5	14.313,4	17.872	17.983,1	234.521,9
7.	Lain-lain	10.295,0	8.000,1	7.599,8	6.499,9	1.604,1	603.000,0
	Total	51.474,0	52.939,7	59.952,3	67.336,0	63.499,0	1.958.236,7
	Rata-rata	7.353,42	7.562,81	8.564,61	9.619,44	9.071,28	279.748,11

Sumber: Badan Pusat Statistik (2015), diolah

Berdasarkan Tabel 1.4, hasil produksi budidaya tambak menurut jenis ikan yang paling menonjol di Kabupaten Sidoarjo adalah bandeng. Total produksi bandeng di seluruh kecamatan mencapai 575.521,9 juta ton pada tahun 2015. Hasil ini terus meningkat dari tahun sebelumnya. Total produksi udang windu sebesar 252.810,0 juta ton, sedangkan total produksi udang vanamei sebesar 233.576,0 juta ton. Total produksi ikan nila sebesar 234.521,9 juta ton dan produksi ikan lainnya sebesar 603.000,0 juta ton. Secara keseluruhan bandeng menempati urutan pertama di Kabupaten Sidoarjo sebagai komoditas yang berpeluang besar untuk dikembangkan dengan produksi yang terus mengalami peningkatan.

Kabupaten Sidoarjo merupakan kabupaten yang memiliki potensi untuk mengembangkan budidaya tambak bandeng karena wilayahnya yang dekat dengan laut dan kesesuaian kondisi air. Kabupaten Sidoarjo terdiri dari 18 kecamatan dengan 8 kecamatan yang membudidayakan tambak bandeng. Kecamatan tersebut antara lain Kecamatan Sidoarjo, Buduran, Candi, Porong, Tanggulangin, Jabon, Waru, dan Sedati. Masing – masing kecamatan memiliki luas area dan produksi yang berbeda-beda. Berikut adalah tabel luas area dan produksi ikan menurut jenis per kecamatan di Kabupaten Sidoarjo tahun 2013.

Tabel 1.5 Luas Area dan Produksi Ikan Menurut Jenis per Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2013

No.	Kecamatan	Luas Area (ha)	Produksi (juta ton)				Nilai
			Bandeng	Udang windu	Udang Vanamei	Tawes	
1.	Sidoarjo	3.271,96	6.515,6	827	571,6	352	-
2.	Buduran	1.511,02	3.009,6	382	264,1	162,5	-
3.	Candi	1.031,65	2.047,8	259,9	179,7	110,7	-
4.	Porong	492,74	992,8	126	87,1	53,7	-
5.	Tanggulangin	496,64	1.116,9	141,7	97,9	60,3	7.506,1
6.	Jabon	4.144,07	6.515,6	827	571,5	352	10.365,9
7.	Waru	488,34	961,8	122	84,3	52	-
8.	Sedati	4.076,99	9.866,3	1.252,1	865,5	532,8	-
	Jumlah	15.513,41	31.026,4	3.937,7	2.721,7	1.676	17.827

Sumber : Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Sidoarjo, 2015

Berdasarkan Tabel 1.5 dapat dijelaskan bahwa produksi bandeng pada tahun 2013 sebesar 31.026,4 juta ton, produksi udang windu sebesar 3.937,7 juta ton, produksi udang vanamei sebesar 2.721,7 juta ton, produksi tawes sebesar 1.676 juta ton, dan produksi nila sebesar 17.827 juta ton. Masing-masing kecamatan memiliki luas area berbeda-beda dan menghasilkan produksi jenis ikan yang berbeda pula. Kecamatan yang memiliki produksi bandeng tertinggi adalah Kecamatan Sedati sebesar 9.866,3 juta ton, yang kedua yaitu Kecamatan Sidoarjo dan Jabon sebesar 6.515,6 juta ton dan yang ketiga yaitu Kecamatan Buduran sebesar 3.009,6 juta ton. Kecamatan Sedati merupakan kecamatan yang memiliki produksi bandeng paling tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Hal ini dikarenakan banyak masyarakatnya yang membudidayakan bandeng secara monokultur.

Pemasaran bandeng di Kabupaten Sidoarjo tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen di Kabupaten Sidoarjo saja, tetapi juga dipasarkan keluar Kabupaten Sidoarjo antara lain Surabaya, Gresik, Malang dan Semarang. Petambak bandeng melibatkan beberapa lembaga pemasaran agar dapat menyalurkan produk dengan tepat dan cepat kepada konsumen. Peran dari lembaga pemasaran sangat penting dalam rangka menyalurkan hasil produksi kepada konsumen. Pemasaran bandeng merupakan aspek yang sangat penting bagi petambak. Pemasaran bandeng membutuhkan waktu yang cepat karena sifat dasar bandeng yang mudah rusak (*perishable*) serta jarak antara lokasi petambak

dengan lokasi konsumen yang dapat menyebabkan berkurangnya kualitas bandeng, sehingga menimbulkan biaya untuk memasarkannya. Ketersediaan informasi sangat mempengaruhi kegiatan pemasaran terutama informasi mengenai harga dan permintaan konsumen.

Salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Sedati adalah Desa Tambak Cemandi. Desa Tambak Cemandi merupakan desa yang paling ujung yang berbatasan dengan Selat Madura. Letaknya yang berdekatan dengan laut sangat berpotensi untuk dijadikan usaha budidaya perikanan. Desa ini terdapat sungai kecil yang difungsikan sebagai tempat parkir perahu para nelayan dari berbagai desa. Wilayah ini merupakan wilayah yang masyarakatnya memiliki pekerjaan utama sebagai petambak. Cara budidaya yang mudah dan air yang sesuai menjadi landasan petambak lebih memilih membudidayakan bandeng dibanding ikan lainnya. Budidaya bandeng yang dilakukan oleh masyarakat Desa Tambak Cemandi merupakan usaha yang paling memiliki peran besar dalam menyumbang pendapatan masyarakat di desa tersebut.

Penyuluh Perikanan Budidaya Kabupaten Sidoarjo, Freegied Satriya menyatakan budidaya bandeng yang dilakukan oleh masyarakat Desa Tambak Cemandi umumnya memiliki masa panen selama 5 sampai 6 bulan sekali, namun ada juga yang kurang dari 6 bulan sudah dipanen. Permasalahan yang terdapat dalam budidaya bandeng adalah dalam proses pemasaran dan tingginya biaya pengeluaran yang dibutuhkan dalam berbudidaya bandeng. Pemasaran yang dilakukan oleh petambak bandeng belum sepenuhnya dilakukan sendiri. Artinya proses pemasaran dilakukan melalui beberapa perantara. Proses pemasaran yang dilakukan oleh petambak bandeng Desa Tambak Cemandi umumnya melalui beberapa lembaga pemasaran yakni pedagang pengumpul, pedagang besar desa, pedagang pengecer dan pedagang pasar ikan yang terdapat di desa. Namun, masih terdapat banyak kendala dalam proses pemasaran yaitu waktu panen, harga produk dan jumlah produksi bandeng yang diminta oleh konsumen.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo, pemasaran bandeng melalui pedagang pengumpul yang terdapat di Desa Tambak Cemandi bukan merupakan

pedagang yang dapat menampung hasil produksi bandeng dalam jumlah yang sangat besar. Jumlah produksi yang dapat ditampung adalah sebanyak 10 sampai 15 ton, sedangkan di luar Desa Tambak Cemandi terdapat pedagang pengumpul yang dapat menampung hasil produksi mencapai lebih dari 50 ton. Bandeng yang dijual ke pedagang pengumpul adalah bandeng yang siap panen dengan ukuran 1 kg isi 3 ekor dengan harga Rp 22.000 sampai Rp 25.000. Permasalahan yang dihadapi oleh petambak adalah mereka tidak bisa menentukan waktu panennya sendiri. Petambak harus menunggu giliran sesuai dengan jadwal yang diberlakukan oleh pedagang pengumpul tersebut.

Pemasaran bandeng melalui pedagang besar desa biasanya dilakukan oleh pedagang pengumpul yang telah mendapatkan hasil panen bandeng dari petambak. Pedagang besar hanya mampu membeli hasil panen bandeng dalam kisaran 1 ton, sehingga seorang pedagang pengumpul harus menjual hasil panen bandeng ke beberapa pedagang besar. Harga jual bandeng kepada pedagang besar adalah selisih Rp 1.000 sampai Rp 1.500 dari pedagang pengumpul dengan ukuran 1 kg isi 3 ekor.

Pemasaran bandeng yang ketiga yaitu melalui pedagang pengecer yang terdapat di Desa Tambak Cemandi. Harga yang diberlakukan kepada pengecer yaitu dengan kisaran Rp 25.000 sampai Rp 26.000. Jumlah bandeng yang diminta oleh pedagang pengecer relatif kecil yaitu hanya berkisar 10 sampai 35 kg, sedangkan hasil produksi petambak bisa mencapai 1 sampai 1,5 ton dalam luasan 1 hektar tambak. Hal ini petambak tidak bisa memutuskan hasil produksinya dijual langsung ke pengecer. Sehingga, petambak memilih tidak secara langsung menjual ke pedagang pengecer, melainkan melalui pedagang pengumpul terlebih dahulu.

Pemasaran bandeng yang keempat yaitu pemasaran oleh pedagang di pasar ikan yang terletak di Desa Gisik Cemandi. Pasar ikan menjual berbagai jenis ikan, baik ikan laut maupun ikan tambak. Namun, sebagian besar pedagang pasar ikan adalah para nelayan yang datang dari laut untuk menjual hasil tangkapannya. Jenis ikan yang dijual di pasar ikan antara lain bandeng, nila, kakap merah, kakap putih, cumi-cumi, kerapu, bawal, udang dan jenis ikan lainnya. Semua ikan tersebut

dijual dalam keadaan segar. Harga jual bandeng oleh pedagang pasar ikan adalah sama dengan pedagang pengecer.

Pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi memerlukan informasi pasar dan identifikasi pasar untuk mengetahui kemana, bagaimana, kapan dan kepada siapa produk akan dipasarkan. Nilai efisiensi pemasaran dapat menggambarkan efisien tidaknya suatu saluran pemasaran yang diterapkan oleh petambak. Pemasaran yang efisien akan menciptakan kondisi usaha yang menguntungkan baik bagi petambak maupun lembaga pemasaran yang terlibat. *Share* biaya adalah bagian biaya yang dikeluarkan oleh produsen atau lembaga pemasaran dalam suatu saluran pemasaran sedangkan *share* keuntungan adalah bagian keuntungan yang diterima oleh produsen maupun lembaga pemasaran. Analisis *share* biaya dan *share* keuntungan tiap-tiap lembaga sangat penting dilakukan, karena dengan mengetahui biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh oleh tiap-tiap lembaga pemasaran akan diketahui untung tidaknya suatu pemasaran tersebut.

Petambak Desa Tambak Cemandi sebagian besar menjual bandeng dalam bentuk produk segar kepada lembaga pemasaran. Banyaknya lembaga dalam proses pemasaran memberikan pilihan bagi petambak untuk menentukan lembaga pemasaran mana yang lebih banyak menghasilkan keuntungan. Masing-masing lembaga pemasaran memberikan harga beli bandeng yang berbeda-beda kepada petambak. Keuntungan yang diperoleh petambak merupakan selisih dari total penerimaan dan biaya produksi. Perbedaan harga antar lembaga pemasaran menjadi pertimbangan petambak dalam memasarkan hasil produksi, hal ini karena biaya produksi yang tinggi dalam satu kali panen. Salah satu faktor yang mendasari suatu usaha budidaya tambak bandeng dapat dikatakan berhasil yaitu dengan menekan biaya produksi seminimal mungkin dan memperoleh pendapatan semaksimal mungkin. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah yang akan dibahas oleh peneliti adalah saluran pemasaran yang diterapkan oleh petambak bandeng, efisiensi pemasaran, *share* biaya, *share* keuntungan lembaga pemasaran dan pendapatan petambak bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran hasil produksi bandeng yang ada di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran, *share* biaya, dan *share* keuntungan lembaga pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo?
3. Bagaimana pendapatan petambak bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran hasil produksi bandeng yang ada di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran, *share* biaya, dan *share* keuntungan lembaga pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pendapatan petambak bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Sebagai salah satu sumber informasi bagi petambak untuk lebih memperhatikan usahataniya secara intensif, khususnya petambak bandeng di Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.
2. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah daerah setempat untuk menentukan kebijakan dan upaya pengembangan budidaya bandeng di Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.
3. Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan saluran pemasaran, efisiensi pemasaran, *share* biaya, *share* keuntungan lembaga pemasaran dan pendapatan petambak bandeng.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian Afriyanti (2012) yang berjudul “Kajian Prospek Bandeng Ditinjau dari Segi Usahatani dan Pemasaran di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo” menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat dua saluran pemasaran yakni saluran pemasaran dua tingkat dan saluran pemasaran tiga tingkat. Saluran pemasaran yang pertama adalah saluran dua tingkat yaitu dari petambak – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen akhir. Saluran yang kedua merupakan saluran pemasaran tiga tingkat yaitu dari petambak – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen akhir. Adapun saluran pemasaran bandeng kepada agroindustri untuk dijadikan bandeng olahan yang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi daripada dalam bentuk segar. Saluran pemasaran yang pertama yaitu saluran pemasaran tiga tingkat, dari petambak – pedagang pengumpul – pedagang besar – agroindustri – konsumen akhir. Saluran pemasaran yang kedua yaitu saluran dua tingkat, dari petambak – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – agroindustri – konsumen akhir.

Menurut Penelitian Shidiq (2017) yang berjudul “Analisis Pemasaran Ikan Bandeng di Kelompok Pembudidaya Ikan Mina Lestari Kecamatan Patebon Kabupaten Kendal” menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran bandeng yaitu saluran pemasaran I: petambak – pengumpul – pasar institusional – konsumen. Saluran pemasaran II yaitu petambak – pengumpul – pedagang pengecer – konsumen. Sedangkan saluran pemasaran III yaitu petambak – pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Marjin dan *farmer's share* pada tiap saluran yaitu saluran pemasaran I sebesar Rp 14.000 dan 53,33%, saluran pemasaran II sebesar Rp 2.000 dan 88,89%, dan saluran pemasaran III sebesar Rp 3.000 dan 84,21%.

Menurut penelitian Elpawati, *et al.*, (2014) yang berjudul “Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Bandeng Desa Tambak Sari Kecamatan Tirtajaya Kabupaten Karawang” menjelaskan bahwa terdapat tiga saluran

pemasaran bandeng, saluran pemasaran I yaitu dari petambak – pedagang pengecer – konsumen. Saluran pemasaran II dari petambak – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Saluran pemasaran III yaitu dari petambak – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Nilai *share* keuntungan pada saluran pemasaran I adalah sebesar 99,1% sedangkan *share* biaya sebesar 6,75%. Pada saluran pemasaran II nilai *share* keuntungan sebesar 83,44% dan *share* biaya sebesar 22,25%. Sedangkan pada saluran pemasaran III, nilai *share* keuntungan sebesar 81,83% dan *share* biaya sebesar 18,13%.

Menurut penelitian Azhara (2016) yang berjudul “Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Bandeng di Jawa Barat” menjelaskan bahwa terdapat VI (enam) saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I: petambak – pedagang besar – pengecer – konsumen, saluran pemasaran II: petambak – pedagang pengumpul desa – pedagang besar – pengecer – konsumen, saluran pemasaran III: petambak – pedagang pengumpul desa – pedagang besar – konsumen, saluran pemasaran IV: petambak pedagang pengumpul desa – pengecer – konsumen, saluran pemasaran V: petambak – pedagang pengumpul desa – pengolah, saluran pemasaran VI: petambak – pedagang pengumpul desa – pedagang besar – pengolah. Nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran I sebesar 65,28%, saluran pemasaran II sebesar 59,80%, saluran pemasaran III 84,19%, saluran pemasaran IV sebesar 79,13%, saluran pemasaran V sebesar 94,96% dan saluran pemasaran VI sebesar 68,86%.

Menurut penelitian Azzumar (2014) yang berjudul “Analisis Margin Pemasaran Ikan Bandeng di Kota Banda Aceh” menjelaskan bahwa terdapat dua saluran pemasaran yakni saluran pemasaran I yaitu petambak – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen dan saluran pemasaran II yaitu petambak – pedagang pengecer – konsumen. Nilai margin pada saluran pemasaran I adalah sebesar Rp 6.500 sedangkan pada saluran pemasaran II adalah sebesar Rp 5.000. Nilai efisiensi yang diperoleh pada saluran pemasaran I adalah sebesar 8,33% dan pada saluran pemasaran II adalah sebesar 6,25%. Kedua saluran pemasaran tersebut efisien karena nilai efisiensi pemasaran lebih kecil dari 50%.

Menurut penelitian Falah (2016) yang berjudul “Analisis Pemasaran Bandeng Segar di Pasar Kanoman Kecamatan Lemah Wungkuk Kota Cirebon” menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat empat saluran pemasaran yaitu saluran I: petambak – pedagang grosir – pedagang pengecer I – konsumen, saluran pemasaran II: petambak – pedagang grosir – pedagang pengecer I – pedagang pengecer II – konsumen, saluran pemasaran III: petambak – pedagang grosir – pedagang pengecer II – konsumen, sedangkan saluran pemasaran IV: petambak – pedagang grosir – pedagang pengecer I – restoran atau rumah makan. Margin pemasaran tertinggi diperoleh pedagang pengecer I pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 5.000 dan margin terkecil terjadi pada saluran pemasaran I, II, dan IV oleh pedagang grosir yaitu sebesar Rp 1.500.

Menurut penelitian Azharia (2017) yang berjudul “Analisis Pendapatan Budidaya Ikan Bandeng dan Efisiensi Pemasaran di Desa Betoyo Kauman Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik” menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat dua saluran pemasaran bandeng di daerah penelitian yaitu pada saluran pemasaran I dimulai dari pembudidaya – pedagang pasar – konsumen akhir, dan pada saluran pemasaran II dimulai dari pembudidaya – pedagang pengepul – pedagang pasar – konsumen akhir. Perbedaan saluran dan panjang pendeknya saluran pemasaran akan mempengaruhi tingkat harga, bagian keuntungan dan biaya serta marjin pemasaran yang diterima setiap lembaga pemasaran bandeng. Berdasarkan penelitian ini, dihasilkan rata-rata penerimaan sebesar Rp 14.268.488,00 dan total pengeluarannya sebesar Rp 3.071.063,76 sehingga pendapatan yang diperoleh selama satu kali musim sebesar Rp 11.197.424,38. Pendapatan yang diperoleh karena pembudidaya menerapkan budidaya yang baik sehingga diperoleh hasil yang maksimal.

Menurut penelitian Heriyanto, *et al* (2017) yang berjudul “Analisis Keuntungan Usaha Tambak Ikan Bandeng (*Chanos chanos*) di Desa Porara Kecamatan Morosi Kabupaten Konawe Provinsi Sulawesi Tenggara” menghasilkan kesimpulan bahwa usaha budidaya ikan bandeng di Kabupaten Konawe secara finansial layak dilanjutkan dengan rata-rata total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 18.340.577. Terdapat dua jenis biaya yang

dikeluarkan, yakni biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap dalam penelitian ini adalah biaya penyusutan dan pajak lahan sedangkan biaya variabel antara lain benih, pupuk, BBM, dan konsumsi. Penerimaan petambak adalah sebesar Rp 28.382.500, dan rata-rata keuntungan yang dihasilkan adalah sebesar Rp 10.041.923 dengan rata-rata luas lahan sebesar 4,167 Ha.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Klasifikasi Bandeng

Menurut Saanin dalam Purnomowati, *et al.*, (2007), bandeng merupakan ikan yang memiliki nama latin *Chanos chanos*. Merupakan sejenis ikan laut dari Famili *Chanidae*, dan ordo *Malacopterygii*. Ikan bandeng dapat dibedakan menjadi dua jenis, yakni ikan bandeng biasa dan ikan bandeng saleh. Ikan bandeng memiliki klasifikasi sebagai berikut :

Filum : Chordata
Subfilum : Vertebrata
Kelas : Pisces
Sub Kelas : Teleostei
Ordo : Malacopterygii
Famili : Chanidae
Genus : Chanos
Spesies : *Chanos-chanos*

Menurut Murtidjo (2012), sebagai komoditas ekspor, ikan bandeng dikenal sebagai *Milkfish* dan memiliki karakteristik tubuh langsing berbentuk seperti peluru dengan sirip ekor bercabang sebagai petunjuk bahwa ikan bandeng memiliki kesanggupan berenang dengan cepat. Tubuh ikan bandeng berwarna putih keperak-perakan dan dagingnya berwarna putih susu. Ikan bandeng yang dibudidayakan di tambak dapat hanya mencapai ukuran panjang tubuh maksimal 0,50 m. Ikan bandeng yang hidup di alam memiliki panjang tubuh mencapai sampai 1 meter. Ikan bandeng memiliki sifat yang unik karena tahan terhadap perubahan kadar garam dalam air yang besar atau memiliki sifat *euryalin*. Ikan bandeng dapat dipelihara dengan air laut, air payau, ataupun air tawar. Keunikan

lain dari ikan bandeng adalah meskipun memiliki mulut yang tidak bergerigi, bandeng menyukai makanan ganggang biru atau yang dikenal dengan nama klekap yang tumbuh di dasar perairan.

Bandeng memerlukan temperatur suhu air optimal antara 15°C - 40°C. Apabila temperatur air kurang dari 15°C, bandeng bisa stress dan akhirnya mati. Bandeng merupakan jenis ikan yang tahan terhadap penyakit yang biasa menyerang ikan-ikan lainnya, serta memiliki kecenderungan memilih tempat yang dirasa cukup aman untuk kelangsungan hidupnya maupun untuk mengembangkan keturunannya. bandeng akan cepat berpindah secara bergerombol apabila banyak ikan pemangsa (predator), hendak bertelur, ataupun ada perubahan temperatur air yang mendadak. Makanan bandeng disesuaikan dengan ukuran mulutnya, ikan ini tidak mampu menelan makanan yang berukuran besar dan keras. Biasanya bandeng mengambil makanan dari lapisan atas dasar laut, berupa tumbuhan mikroskopis, seperti plankton, udang renik, jasad renik, foraminifera, *famenbranchiopoda*, *copepod*, dan tanaman multi seluler lainnya (Purnomowati, *et al.*, 2007).

2.2.2 Budidaya Bandeng

Menurut Ahmad, *et al.*, (1998), budidaya bandeng meliputi kegiatan:

1. Pemilihan Lokasi Tambak

Pemilihan lokasi sangat menentukan keberhasilan suatu usaha budidaya komoditas perikanan, termasuk bandeng. Untuk itu, perlu dipertimbangkan beberapa faktor, yaitu faktor secara teknis, secara biologis, dan secara sosial ekonomi. Pertimbangan secara teknis meliputi ketinggian air dalam petak, iklim, kondisi tanah, benih dan pakan. Pertimbangan secara biologis yang perlu diperhatikan yaitu keberadaan hama darat, hama air, hama udara, dan kompetitor yang terdapat di lokasi tambak. Pertimbangan yang terakhir adalah secara sosial ekonomi. Pemilihan lokasi tambak juga harus mempertimbangkan faktor sosial ekonomi karena keuntungan maksimal dapat diperoleh jika lokasi yang dipilih mampu menurunkan biaya panen dan transportasi serta meningkatkan akses ke

pemasaran. Lokasi tambak yang dipilih sebaiknya tidak terlalu jauh dari sumber pakan, benih, sarana produksi lainnya serta daerah pemasaran.

2. Persiapan Tambak

Tambak merupakan salah satu alternatif tempat untuk pembesaran bandeng. Untuk itu, perlu diperhatikan beberapa bagian dalam pembuatan tambak, antara lain petak tambak, saluran air, pematang, pintu air. Luas petak sebaiknya tidak lebih dari 0,5 Ha dengan dimensi empat persegi panjang atau bujur sangkar. Saluran air digunakan sebagai pertukaran air masuk dan air keluar tambak. Pematang tambak digunakan sebagai akses untuk pemberian pakan dan pupuk, serta sebagai pelindung bagi hamparan tambak.

3. Seleksi Benih

Benih-benih ikan yang akan dibesarkan di tambak harus diseleksi terlebih dahulu sebelum ditebarkan. Seleksi benih dilakukan menurut kesehatan dan ukurannya. Tujuannya seleksi benih adalah untuk mendapatkan benih-benih ikan yang sehat dan berukuran yang seragam agar pertumbuhan selama pemeliharaan dapat seragam. Terdapat dua jenis nener yakni nener alam dan nener hatchery. Nener alam biasanya diperdagangkan dalam satuan rean (4.500 – 5.500 nener) dan tidak pernah dipersoalkan kemurniannya. Nener alam yang tidak murni biasanya tercampur dengan spesies lain seperti payus atau bandeng lelaki. Sedangkan nener hatchery merupakan nener yang mempunyai kemurnian yang dapat dijamin 100% (tidak tercampur spesies lain) dan umurnya dapat diketahui sehingga penentuan umur bandeng yang dijual dapat diketahui pula secara tepat

4. Pembenihan dan Pemeliharaan

Pembenihan ini meliputi persiapan petak pendederan, penebaran nener, pemanenan nener hingga pemeliharaan di petak pembesaran. Pada tahap ini dilakukan pemeliharaan dan perhatian terhadap bandeng sampai dilakukannya pemanenan. Pemberian pakan sangat penting karena bandeng merupakan ikan yang bersifat herbivore, tetapi responsive terhadap pakan buatan (pelet). Pakan buatan untuk bandeng dapat diperoleh di pasaran dengan berbagai merek, tetapi kualitasnya harus diperhatikan melalui kadar protein yang tertera pada kemasan.

5. Pemanenan

Pemanenan bandeng yang digunakan untuk konsumsi langsung biasanya menggunakan jaring insang (*gill net*). Mata jarring diatur sedemikian rupa sehingga hanya mampu menangkap ikan ukuran kurang lebih 3 ekor/kg. Ikan yang terjat dalam jaring ditarik sehingga sebagian sisiknya terlepas. Es curah sering kali digunakan untuk transportasi ikan segar ke pasar atau ke tempat pengolah ikan.

2.2.3 Teori Usahatani

Menurut Suratiyah (2015), ilmu usahatani merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana seorang mengusahakan dan mengkoordinir faktor-faktor produksi berupa lahan dan alam sekitarnya sebagai modal sehingga memberikan manfaat yang sebaik-baiknya. Ilmu usahatani juga merupakan ilmu yang mempelajari cara-cara petani menentukan, mengorganisasikan, dan mengkoordinasikan penggunaan faktor-faktor produksi seefektif dan seefisien mungkin sehingga usaha tersebut memberikan pendapatan semaksimal mungkin. Melalui suatu proses produksi pertanian yang berlebih diharapkan memperoleh pendapatan tinggi. Dengan demikian, harus dimulai dengan perencanaan untuk menentukan dan mengkoordinasikan penggunaan faktor-faktor produksi pada waktu yang akan datang secara efisien.

Adapun faktor-faktor yang bekerja dalam usahatani adalah faktor alam, tenaga, dan modal. Alam merupakan faktor yang sangat menentukan usahatani. Faktor alam dapat dibedakan menjadi dua, yakni faktor tanah dan lingkungan alam sekitarnya. Faktor kedua yaitu tenaga kerja. Tenaga kerja merupakan suatu unsur penentu, terutama bagi usahatani yang sangat tergantung pada musim. Kelangkaan tenaga kerja mengakibatkan mundurnya waktu penanaman sehingga berpengaruh pada pertumbuhan tanaman, produktivitas, dan kualitas produksi. Faktor ketiga yaitu modal. Modal adalah syarat mutlak berlangsungnya suatu usaha. Modal adalah barang ekonomi yang dapat dipergunakan untuk memproduksi kembali atau barang ekonomi yang dapat dipergunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatan.

Menurut Makeham dan Malcolm (1991), usahatani adalah cara bagaimana mengelola kegiatan-kegiatan pertanian. Cara petani dalam mengelola kegiatan pertaniannya. Namun, banyak juga pihak lain yang tertarik untuk mengetahui sejauh mana pengelolaan usahatani di suatu negara. Pihak tersebut antara lain pemerintah, penyuluh, perencana, konsumen, petugas bank, ahli konservasi dan politisi, dimana sangat tertarik pada masalah bagaimana menghasilkan pangan dan bahan serat secara berlimpah, efisien, dan konsisten. Ukuran dan jenis usahatani berkisar dari sebidang kecil usahatani subsisten dengan luas areal kurang dari 1 Ha sampai perusahaan pertanian negara yang meliputi semua lahan dari beberapa desa. Usahatani biasanya dilaksanakan oleh seorang penggarap atau pemilik, seorang manajer yang dibayar sebuah koperasi atau perusahaan negara oleh seorang pemilik yang tinggal jauh dari lahan yang dimilikinya. Imbalan usahatani berasal dari empat sumber, antara lain pendapatan usahatani, penerimaan keluarga, penjualan barang modal dan mesin-mesin, serta uang pinjaman.

2.2.4 Teori Pasar dan Pemasaran

Pasar diartikan sebagai lokasi geografis, dimana penjual dan pembeli bertemu untuk mengadakan transaksi faktor produksi, barang dan jasa. Dalam perkembangannya definisi perlu ditinjau mengingat perkembangan teknologi informasi memungkinkan dilakukan transaksi tanpa komunikasi tatap muka antara penjual dan pembeli, bahkan untuk beberapa komoditi pertanian terdapat lembaga pemasaran yang berperan sebagai agen penjual (*selling broker*) atau agen pembeli (*buying broker*). Dengan demikian, ada kalanya penjual dan pembeli diwakili individu-individu dan transaksi tidak perlu membutuhkan ruang geografis tertentu. Pasar juga dapat didefinisikan sebagai tempat ataupun terjadinya pemenuhan kebutuhan dan keinginan dengan menggunakan alat pemuas yang berupa barang ataupun jasa, dimana terjadinya perpindahan hak milik antara penjual dan pembeli (Sudiyono, 2002).

Pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk. Para pembeli ini memiliki kebutuhan atau keinginan yang dapat dipuaskan melalui pertukaran dan hubungan. Ukuran pasar tergantung pada jumlah orang

yang menunjukkan kebutuhan, memiliki sumberdaya untuk terlibat dalam pertukaran dan mau menawarkan sumber-sumber daya ini dalam pertukaran yang diinginkan. Istilah pasar berarti tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk menukarkan barang-barang. Ekonom menggunakan istilah pasar untuk mengartikan kumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi dalam tipe produk tertentu (Sunarto, 2014).

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusaha tani (*agribusinessman*) dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya (*survival*), untuk mendapatkan laba, dan untuk berkembang. Berhasil tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahliannya di bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan sumberdaya manusia. Pemasaran terdiri dari tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang dan jasa serta yang menimbulkan distribusi fisik mereka. Proses pemasaran meliputi aspek fisik dan nonfisik. Aspek fisik menyangkut perpindahan barang-barang ke tempat dimana mereka dibutuhkan, sedangkan aspek nonfisik dalam arti bahwa para penjual harus mengetahui apa yang diinginkan oleh para pembeli dan pembeli harus pula mengetahui apa yang dijual (Firdaus, 2008).

Menurut Abdullah dan Francis (2012), pemasaran merupakan kreasi dan realisasi sebuah standard hidup. Pemasaran mencakup kegiatan (1) menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen, (2) merencanakan dan mengembangkan sebuah produk atau jasa yang akan memenuhi keinginan tersebut, (3) memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut. Secara formal, pemasaran (*marketing*) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Menurut Manap (2016), pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi, dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial

untuk mencapai tujuan. Asal kata pemasaran adalah pasar = market. Apa yang dipasarkan itu, ialah barang dan jasa. Memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih luas dari itu. Pemasaran mencakup berbagai kegiatan seperti menjual, dengan segala macam cara, mengangkut barang, menyimpan, mensortir, dan sebagainya.

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dan atau jasa dari produsen ke konsumen. pemasaran juga dapat diartikan sebagai proses sosial dan manajerial yang dalam hal ini individu atau kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginannya dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain. Pengertian pemasaran tidak terbatas pada penjualan saja, namun pemasaran harus dipandang meliputi berbagai aspek keputusan dan kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta untuk menghasilkan laba bagi produsen. Proses pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan ini, menetapkan program promosi dan kebijakan harga serta menerapkan sistem distribusi untuk menyampaikan barang dan atau jasa kepada pelanggan atau konsumen (Hanafie, 2010).

2.2.5 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan sekumpulan organisasi yang saling tergantung satu sama lainnya yang terlihat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Produsen yang mampu membangun salurannya sendiri justru akan memperoleh tingkat pengembalian atas investasi yang lebih besar dengan meningkatkan investasinya dalam bisnis utamanya. Penggunaan perantara umumnya menghasilkan efisiensi superior dalam penyediaan barang dan penyebarannya ke pasar sasaran. Perantara pemasaran, melalui kontak, pengalaman, spesialisasi, dan skala operasinya, dapat memberikan lebih daripada yang bisa dilakukan sendiri. Saluran ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa

dari yang akan menggunakannya (Stern dan El-Ansary dalam Abdullah dan Francis, 2012).

Menurut Manap (2016), saluran pemasaran adalah lembaga yang saling terkait untuk menjadikan produk atau jasa siap dikonsumsi atau digunakan. Tanpa adanya saluran distribusi yang efektif, maka sulit bagi masyarakat untuk memperoleh barang yang mereka konsumsi. Saluran pemasaran juga sangat penting bagi produsen, karena produsen tidak akan sanggup menyalurkan hasil produksinya sampai ke tangan konsumen. Produsen kecil kemungkinan melakukan penyaluran hasil produksinya sendiri, karena selain tidak efisien, juga memerlukan modal investasi besar, pengawasan lebih sulit, dan sulit menjangkau daerah geografis yang begitu luas.

Saluran pemasaran merupakan organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Mereka adalah perangkat jalur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, yang berkulminasi pada pembeli dan penggunaan oleh pemakai akhir. Beberapa perantara seperti pedagang besar dan pengecer merupakan mereka yang membeli, memiliki, dan menjual barang tersebut. Saluran yang dipilih memengaruhi semua keputusan pemasaran lainnya. penetapan harga perusahaan tergantung pada penggunaan pedagang massal atau butik berkualitas tinggi. Saluran pemasaran juga mengubah pembeli potensial menjadi pesanan yang mampu menghasilkan laba. Saluran pemasaran tidak hanya melayani pasar, melainkan juga harus menciptakan pasar (Kotler dan Keller, 2007).

Saluran pemasaran atau *Marketing Channel* adalah satu set dari berbagai organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses untuk membuat produk-produk atau jasa-jasa yang dihasilkan perusahaan tersedia atau dapat diakses oleh para penggunanya atau untuk dikonsumsi. Untuk meraih kepuasan konsumen, perusahaan perlu memiliki dan mengamankan aliran produk sejak dari pabrik dimana barang atau jasa tersebut dihasilkan sampai ke tangan pembeli atau konsumennya. Saluran pemasaran bagi perusahaan dapat membantu melakukan pengiriman nilai produknya kepada calon pembeli atau konsumen.

Salah satu saluran pemasaran yang dapat dipilih selain melalui distributor, pedagang besar dan pengecer atau yang disebut dengan pemasaran tidak langsung, perusahaan juga dapat melakukan penyaluran produknya melalui pemasaran langsung. Pemasaran langsung antara lain dapat menggunakan wiraniaga perusahaan sendiri yang langsung menjual kepada konsumen, mengirimkan katalog kepada calon konsumen potensial untuk dapat ditanggapi dalam bentuk order pembelian, korespondensi, brosur, ataupun dengan menggunakan teknologi berupa *online marketing* (Adisaputro, 2014).

Menurut Sunyoto (2015), secara definitif pengertian saluran pemasaran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Tujuan dari saluran pemasaran adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu. Saluran melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan, yaitu mengadakan penggolongan produk dan mendistribusikannya. Penggolongan produk menunjukkan jumlah dari berbagai keperluan produk yang dapat memberikan kepuasan pasar, sedangkan pendistribusian merupakan penyaluran produk tersebut kepada konsumen.

Menurut Gitasudarmo (2000), tingkat mata rantai saluran pemasaran ada empat, yaitu:

1. Saluran tingkat nol (*Zero Level Channel*)

Saluran tingkat nol lebih dikenal dengan sebutan saluran langsung. Hal ini dikarenakan produsen langsung menjual barangnya kepada konsumen, tidak melalui perantara sama sekali. Berikut gambar saluran pemasaran tingkat nol (*Zero Level Channel*).

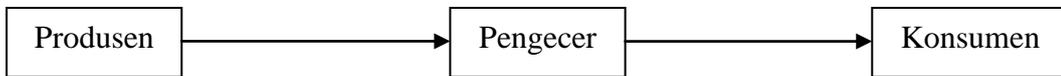


Gambar 2.1 Saluran Pemasaran Tingkat Nol

2. Saluran tingkat satu (*One Level Channel*)

Saluran ini disebut saluran tingkat satu karena memiliki satu lembaga perantara. Lembaga perantara untuk barang konsumen pada umumnya adalah

pengecer, sedangkan untuk barang industri pada umumnya adalah agen penjualan. Berikut adalah gambar saluran tingkat satu (*One Level Channel*).



Gambar 2.2 Saluran Pemasaran Tingkat Satu

3. Saluran tingkat dua (*Two Level Channel*)

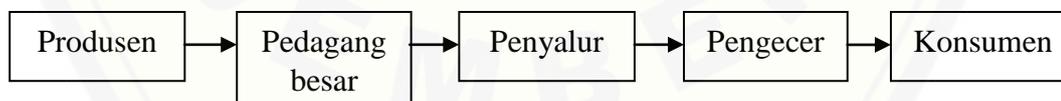
Saluran ini disebut saluran dua tingkat karena memiliki dua lembaga perantara. Untuk barang konsumen pada umumnya lembaga perantaranya adalah pedagang besar dan pengecer. Sedangkan untuk barang industri lembaga perantaranya adalah distributor dan dealer. Berikut adalah gambar saluran pemasaran tingkat dua (*Two Level Channel*).



Gambar 2.3 Saluran Pemasaran Tingkat Dua

4. Saluran tingkat banyak (*Multi Level Channel*)

Saluran ini disebut saluran yang bertingkat banyak karena menggunakan banyak perantara, biasanya diantara pedagang besar dan pengecer terdapat pedagang pengumpul yang terstruktur, dimana setiap perantara membawahi beberapa perantara lain. Oleh karena itu saluran pemasaran ini disebut *multi level channel*. Bentuk ini terutama cocok untuk memasarkan atau menyalurkan barang konsumen, bukan barang industri. Berikut adalah gambar saluran pemasaran tingkat banyak (*Multi Level Channel*).



Gambar 2.4 Saluran Pemasaran Tingkat Banyak

2.2.6 Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi, dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan, dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen

atau memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk yang diinginkan konsumen. adapun tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran ini berupa margin pemasaran.

Menurut penguasaannya terhadap komoditi yang diperjualbelikan lembaga pemasaran dapat dibedakan menjadi tiga, yakni:

- a. Lembaga yang tidak memiliki tapi menguasai benda, seperti agen perantara, makelar (*broker, selling broker, dan buying broker*).
- b. Lembaga yang memiliki dan menguasai komoditi-komoditi pertanian yang diperjualbelikan, seperti pedagang pengumpul, tengkulak, eksportir, dan importer.
- c. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan menguasai komoditi-komoditi pertanian yang diperjualbelikan, seperti perusahaan-perusahaan penyediaan fasilitas-fasilitas transportasi, asuransi pemasaran, dan perusahaan penentu kualitas produk pertanian (*surveyor*).

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran produk-produk pertanian sangat beragam tergantung dari jenis yang dipasarkan. Ada komoditi yang melibatkan banyak lembaga pemasaran dan ada pula yang melibatkan hanya sedikit lembaga pemasaran.

. Menurut Abidin, *et al* (2017), lembaga pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan fungsi atau kegiatan pemasaran, dimana barang atau jasa bergerak dari titik produsen sampai titik konsumen. Adapun yang termasuk dalam istilah lembaga pemasaran adalah produsen, pedagang perantara dan lembaga-lembaga pemberi jasa. Golongan produsen adalah mereka yang tugas utamanya menghasilkan barang-barang. Mereka ini adalah nelayan, pembudidaya ikan dan pengolah hasil perikanan. Disamping melakukan produksi, mereka juga aktif melaksanakan beberapa fungsi pemasaran tertentu untuk menyalurkan hasil produksinya kepada konsumen. Golongan pedagang perantara (*middlemen* atau *intermediary*) meliputi perorangan, perserikatan atau perseroan yang berusaha

dalam bidang pemasaran. Lembaga ini membeli dan mengumpulkan barang-barang yang berasal dari produsen dan menyalurkan kepada konsumen. Golongan lembaga pemberi jasa (*facilitating agencies*) adalah mereka yang memberi jasa atau fasilitas untuk memperlancar fungsi pemasaran yang dilakukan produsen atau pedagang perantara. Contoh dari lembaga ini antara lain adalah bank, koperasi, usaha pengangkutan, biro iklan dan sebagainya. Berikut adalah lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat di dalam pemasaran.

a. Produsen

Bagi usaha perikanan komersial, keuntungan (*profit*) merupakan sasaran yang hendak dicapai nelayan atau pembudidaya ikan. Tugas dari produsen adalah menghasilkan barang (ikan) bermutu tinggi untuk dipasarkan, sehingga pembudidaya ikan harus memperhitungkan permintaan pasar (*market demand*) secara lebih cermat. Penjualan yang efektif apabila penjualan dilakukan setepat-tepatnya, baik dari sisi produk, konsumen, harga, tempat dan waktu, saluran dan seterusnya sehingga konsumen mendapatkan kepuasan dan pemasar memperoleh keuntungan yang wajar.

b. Pedagang perantara

Pedagang perantara adalah badan-badan yang berusaha dalam tataniaga, menggerakkan barang dari produsen ke konsumen melalui jual beli. Berdasarkan pemilikan atas barang dagangan, pedagang perantara dapat dibagi ke dalam kelompok yang memiliki barang dagangan dan kelompok yang tidak memiliki barang dagangan. Kelompok yang memiliki barang dagangan adalah mereka yang membeli dan menjual barang dengan maksud untuk memperoleh laba dan keharusan memikul resiko. Kelompok yang tidak memiliki barang dagangan adalah mereka yang hanya melaksanakan beberapa fungsi tataniaga tertentu dengan memperoleh upah sebagai balas jasa atas pelaksanaan fungsi tersebut. Berikut adalah lembaga pemasaran yang termasuk pedagang perantara.

a) Pedagang pengumpul

Pedagang pengumpul (tengkulak, bakul atau palele), grosir (*wholeseller*), eksportir, importir, dan pedagang eceran termasuk kelompok pedagang yang memiliki barang dagangan. Pedagang pengumpul adalah mereka yang aktif

membeli dan mengumpulkan barang dari produsen (nelayan dan pembudidaya ikan) di daerah produksi dan menjualnya kepada pedagang perantara berikutnya dan jarang menjual kepada konsumen terakhir. Pedagang ini dapat terdiri dari mereka yang mempunyai tempat usaha tetap di desa-desa (warung).

b) Pedagang besar

Pedagang besar atau biasa disebut *wholeseller* adalah lembaga pemasaran yang memperdagangkan barang dalam jumlah besar. Pedagang ini aktif di pasar-pasar pusat dan memperoleh barang dari pedagang pengumpul lokal. Pedagang besar ini juga sering mendatangi pasar pelelangan di daerah produksi untuk membeli barang. Selain tugas utamanya melayani permintaan pedagang eceran, *wholeseller* juga menjual barangnya ke hotel, restaurant, pabrik pengolahan dan lain-lain. Fungsi *wholeseller* dalam hal ini antara lain:

- Menyediakan produk yang dibutuhkan pedagang pengecer secara kontinyu.
- Mendistribusikan hasil produksi dalam jumlah dan jenis-jenis yang disesuaikan dengan keinginan pedagang pengecer.
- Mengangkut dan menyerahkan hasil produksi kepada pedagang pengecer.

c) Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah perantara yang menjual barang-barang dalam jumlah kecil secara langsung kepada para konsumen akhir (*household-consumer*). Biasanya lembaga ini menerima barang dari *wholeseller* dan terkadang dari pedagang pengumpul lokal atau produsen. Pedagang pengecer dapat digolongkan ke dalam 2 jenis, yakni:

- Pedagang pengecer yang tidak punya toko (*nonstore retailer*). Mereka ini misalnya pedagang keliling (*paddler*) yang menjual barangnya secara *door to door*, dari rumah ke rumah dan pedagang yang menjual barang di sepanjang jalan atau pedagang kaki lima.
- Pedagang pengecer yang memiliki toko (*store retailer*), tempat konsumen akhir membeli barang yang dibutuhkan. Di kota-kota besar, mereka ini cenderung untuk mengkhususkan diri pada penyaluran produksi dalam jenis yang terbatas dan membangun tempat penjualan atau *display* yang permanen.

Fungsi pedagang pengecer antara lain:

- Pembelian barang-barang yang mencakup mencari sumber penawaran, menghimpun barang yang akan disalurkan kepada konsumen menurut waktu yang tepat, menganalisa secara terus menerus barang apa yang akan dibeli oleh konsumen serta menetapkan waktu pembelian dan harga pembelian barang tersebut.
- Penjualan yang mencakup juga pemasangan reklame, mengadakan, atau ikut pameran barang-barang secara efektif, pemberian layanan yang baik, dan penyediaan barang yang tepat dengan harga yang atraktif.
- Menyimpan barang-barang persediaan untuk kebutuhan para pelanggan.
- Mendistribusikan barang-barang kepada pelanggan dalam jumlah kecil.
- Memilih barang-barang (*grading*).
- Pengiriman barang pesanan yang terjual ke pembeli.

2.2.7 Biaya dan Marjin Pemasaran

Menurut Daniel (2004), biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran (pedagang) dalam menyalurkan hasil pertanian dari produsen ke konsumen. Biaya pemasaran ada dikarenakan mulai dari penampungan dari produsen sampai penyaluran barang atau komoditas pertanian melalui beberapa proses, yaitu pengangkutan, pengolahan (pengeringan, perubahan bentuk jika ada), pembayaran retribusi, bongkar dan muat serta kegiatan lainnya. Semua proses tersebut membutuhkan biaya yang masing-masing tidak sama. Jika jarak antara produsen dengan konsumen pendek, maka biaya pengangkutan bisa diperkecil. Semakin panjang jarak dan semakin banyak perantara (lembaga pemasaran) yang terlibat dalam pemasaran, maka biaya pemasaran semakin tinggi, dan marjin pemasaran juga semakin besar. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam suatu proses pemasaran bisa lebih dari satu. Adapun faktor yang dapat mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran, yakni:

a. Jenis dan jumlah komoditas yang dipasarkan

Ada komoditas yang memiliki bobot besar, tetapi nilainya kecil sehingga membutuhkan biaya pemasaran yang besar. Sebaliknya ada komoditas yang kecil

dan ringan, tetapi mempunyai nilai yang tinggi, dalam hal ini biaya pemasarannya akan lebih rendah.

b. Lokasi atau daerah produsen

Jika lokasi produsen jauh dari pasar atau lokasi konsumen, maka biaya transportasi menjadi besar pula. Biasanya lokasi yang terpencil menjadi salah satu penyebab rendahnya harga di tingkat produsen.

c. Jumlah dan peranan lembaga pemasaran

Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka semakin panjang rantai pemasaran dan semakin besar biaya pemasaran pada komoditas tersebut.

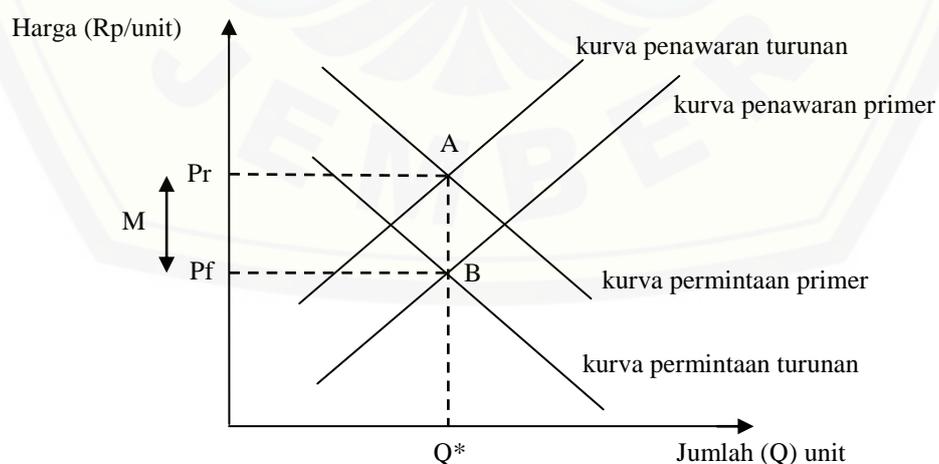
Biaya pemasaran dapat diukur dengan margin pemasaran yang sebenarnya hanya menunjukkan bagian dari pembayaran konsumen yang diperlukan untuk menutup biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran. Kecenderungan menunjukkan bahwa bagian yang tersisa bagi pengusaha tani akibat adanya pertambahan yang mahal kepada produk tersebut adalah semakin kecil. Biaya pemasaran menunjukkan besarnya pengeluaran yang telah dikeluarkan untuk setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Terdapat empat karakteristik utama produk yang ikut mempengaruhi keanekaragaman bagian pengusaha tani, yaitu sebagai berikut:

1. Kadar kerusakan, produk pertanian yang mudah rusak menimbulkan konsekuensi bahwa pemasar menghendaki bagian yang lebih besar sebagai kompensasi resiko yang harus ditanggungnya.
2. Besarnya produk, artinya ukuran fisik produk yang tidak diimbangi dengan besarnya nilai akan memperbesar biaya pemasaran sebab makin besar suatu produk, makin banyak biaya untuk pengangkutan, penyimpanan, dan pembungkusan.
3. Sifat musiman, produk yang dipanen dalam jangka waktu yang pendek, akan memerlukan biaya penyimpanan dan penanganan yang jauh lebih besar.
4. Perbedaan bentuk antara produk mentah dan produk akhir. Semakin berbeda produk akhir tersebut dari bentuk semula, semakin besar nilai tambah dari produk itu, tetapi semakin kecil bagian yang diterima oleh petani (Firdaus, 2008).

Margin pemasaran (*marketing margin*) merupakan harga yang dibayarkan oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Tinggi rendahnya margin pemasaran digunakan untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran (tergantung dari fungsi pemasaran yang dijalankan). Tingkat harga yang harus dibayarkan oleh konsumen dan harga yang akan diterima oleh produsen sangat tergantung pada bentuk dan struktur pasar yang berlaku. Panjangnya rantai pemasaran juga menimbulkan pemasaran yang kurang efisien. Margin pemasaran yang tinggi disebabkan oleh bagian yang diterima oleh petani menjadi kecil. Hal ini dapat mengurangi gairah produsen dalam berproduksi (Hanafie, 2010).

Menurut Sudiyono (2002), margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Pada analisis pemasaran yang sering menggunakan konsep margin pemasaran yang dipandang dari sisi harga. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima petani produsen. Dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran.

Pada analisis pemasaran komoditi pertanian, perlu dipertimbangkan sisi penawaran dan permintaan secara simultan sehingga terbentuk harga di tingkat pengecer dan harga ditingkat produsen. Dengan demikian, margin pemasaran dapat disusun oleh kurva penawaran dan kurva permintaan sebagai berikut.



Gambar 2.5 Kurva Penawaran Permintaan Primer dan Turunan serta Margin Pemasaran (Sudiyono, 2002)

Berdasarkan Gambar 2.5 dijelaskan bahwa kurva permintaan primer yang berpotongan dengan kurva penawaran turunan, membentuk harga di tingkat pengecer (P_r). Kurva permintaan turunan yang berpotongan dengan kurva penawaran primer membentuk harga di tingkat petani (P_f). Margin pemasaran sama dengan selisih harga di tingkat pengecer dengan harga di tingkat petani, sehingga dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$M = P_r - P_f$$

Keterangan:

- M = Margin pemasaran
 P_r = Harga di tingkat pengecer
 P_f = Harga di tingkat petani

Adapun *share* keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran adalah sebagai berikut:

$$S_{ki} = [K_i : (P_r - P_f)] \times 100\%$$

$$K_i = (P_{ji} - P_{bi} - b_{ij})$$

Keterangan:

- S_{ki} = *share* keuntungan lembaga pemasaran ke- i
 ($i = 1$ untuk petani; $i = 2$ untuk tengkulak atau pedagang pengumpul, dst)
 K_i = keuntungan lembaga pemasaran ke- i
 P_{ji} = harga jual lembaga pemasaran ke- i
 P_{bi} = harga beli lembaga pemasaran ke- i
 B_{ij} = biaya pemasaran lembaga pemasaran ke- i dari berbagai jenis biaya mulai dari biaya ke- j samapi ke- n .

Share biaya merupakan biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang terkait. *Share* biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran ke- i adalah sebagai berikut:

$$S_{bi} = [(b_i : (P_r - P_f)] \times 100\%$$

Penerimaan petani (*farmer's share*) merupakan salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan pemasaran dengan membandingkan bagian yang diterima petani terhadap harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. *Farmer's share* adalah rasio antara harga ditingkat petani dengan harga di tingkat konsumen akhir atau *retail*. Dengan demikian F'S, merupakan porsi dari nilai yang dibayar konsumen akhir yang diterima oleh petani, dalam bentuk

presentase (%) (Asmarantaka, 2014). Secara sistematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$F'S = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

P_f = harga di tingkat petani

P_r = harga di tingkat retail atau konsumen akhir

2.2.8 Efisiensi Pemasaran

Menurut Abidin (2017), pemasaran yang efisien adalah pemasaran yang diselenggarakan dengan biaya serendah mungkin, dan mengambil keuntungan yang wajar (*reasonable return*), serta mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen. biaya pemasaran serendah mungkin sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan masih lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan. Biaya pemasaran yang semakin rendah dari nilai produk yang dipasarkan akan semakin efisien pula pemasaran tersebut. Selain itu efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari perhitungan lain seperti *producer's share*, margin pemasaran, keuntungan, biaya total pemasaran, total nilai produk lembaga pemasaran, informasi dan pengetahuan pasar serta fasilitas pemasaran. Untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat digunakan rumus sebagai berikut.

$$EP = (BP/He) \times 100\% \text{ atau } ME = (TMC/TMR) \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran

BP = Biaya Pemasaran/unit

He = Harga Eceran/unit

ME = *Marketing Efficiency*

TMC = *Total Marketing Cost*

TMR = *Total Marketing Revenue*

Menurut Soekartawi (1989), efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan atau dapat dirumuskan:

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

Keterangan:

EPs = Efisiensi pemasaran

TB = Total biaya

TNP = Total nilai produk

Berdasarkan rumus tersebut, dapat diartikan bahwa setiap ada penambahan biaya pemasaran memberi arti bahwa dapat menyebabkan adanya pemasaran yang tidak efisien. Begitu pula sebaliknya, jika semakin kecil nilai produk yang dijual berarti pula terjadi adanya pemasaran yang tidak efisien. Efisiensi pemasaran dalam kegiatan pemasaran akan terjadi jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi. Persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen juga tidak terlalu tinggi. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan adanya kompetisi pasar yang sehat.

2.2.9 Teori Produksi

Teori produksi adalah teori yang mempelajari bagaimana menggunakan kombinasi input/faktor-faktor produksi untuk menghasilkan output yang optimum. Teori produksi membahas mengenai perilaku produsen dalam menggunakan input untuk mencapai tujuannya. Proses produksi memerlukan faktor produksi/input seperti tenaga kerja manusia, modal, dan bahan mentah. Input dapat dikategorikan menjadi dua golongan, yaitu input tetap (*fixed input*) dan input variable. Input tetap adalah input yang tidak dapat diubah jumlahnya dalam jangka pendek (*shortrun*), seperti lahan dan gedung. Input variable adalah input yang dapat diubah jumlahnya dalam jangka pendek, seperti tenaga kerja, bibit, dan pupuk. Fungsi produksi menunjukkan hubungan input dan output maksimum yang dapat dihasilkan dalam bentuk tabel, grafik, atau persamaan. Fungsi produksi ini bisa satu input meskipun realitanya sangat jarang ditemui (Antriyandarti, 2012).

Teori produksi yang sederhana menggambarkan tentang hubungan diantara tingkat produksi suatu barang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan berbagai tingkat produksi barang tersebut. Fungsi produksi merupakan hubungan diantara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang diciptakannya. Faktor-faktor produksi dapat disebut juga sebagai *input* dan jumlah produksi disebut *output*. Tingkat produksi suatu barang

tergantungan kepada jumlah modal, jumlah tenaga kerja, kekayaan alam, dan tingkat teknologi yang digunakan. Jumlah produksi yang berbeda-beda dengan sendirinya akan memerlukan berbagai faktor produksi tersebut dalam jumlah yang berbeda-beda pula. Disamping itu, untuk satu tingkat produksi tertentu, dapat digunakan gabungan faktor produksi yang berbeda. Dengan membandingkan berbagai gabungan faktor produksi untuk menghasilkan sejumlah barang tertentu dapat ditentukan gabungan faktor produksi yang paling ekonomis untuk memproduksi sejumlah barang tersebut (Sukirno, 2016).

Fungsi produksi merupakan suatu fungsi yang menunjukkan hubungan teknis antara hasil produksi fisik (*output*) dengan faktor-faktor produksi (*input*). Produksi fisik dihasilkan oleh bekerjanya beberapa faktor produksi sekaligus, yaitu tanah, modal, dan tenaga kerja. Untuk menggambarkan dan/atau menganalisis peranan masing-masing faktor produksi terhadap produksi fisik dari sejumlah faktor produksi yang digunakan, salah satu faktor produksi dianggap sebagai variabel (*berubah-ubah*), sementara faktor produksi lainnya diasumsikan konstan (*tidak berubah*) (Hanafie, 2010).

2.2.10 Teori Biaya Produksi

Biaya produksi adalah nilai moneter dari semua input yang digunakan dalam memproduksi output, pada periode waktu tertentu. Kombinasi input yang memungkinkan menghasilkan output tertentu berkaitan dengan teknologi, kombinasi input yang *feasible* berbeda pada teknologi yang berbeda. Secara umum, untuk setiap teknologi memungkinkan sesuatu level output tertentu dapat dihasilkan oleh berbagai himpunan input, dan semua kemungkinan itu dinyatakan dengan himpunan kebutuhan input. Perusahaan harus memutuskan kombinasi himpunan output manakah yang digunakan dalam problematika yang dihadapi oleh perusahaan, yaitu memaksimalkan laba, atau meminimalkan biaya untuk menghasilkan output tertentu. Total biaya adalah penjumlahan nilai dari semua faktor produksi dengan menggunakan harga pasar. Kalkulasi biaya produksi perusahaan menjadi sedikit lebih rumit manakala perusahaan dimiliki dan dikelola

oleh individu yang sama karena faktor produksi yang digunakan dapat dibeli atau berasal dari rumah tangganya (Semaoen dan Siti, 2011).

Biaya produksi dalam jangka pendek dapat dikelompokkan menjadi biaya tetap dan biaya tidak tetap atau biaya variabel. Biaya tetap adalah semua jenis biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi. Kelompok biaya tetap misalnya sewa tanah yang berupa uang atau pajak, yang penentuannya berdasarkan luas lahan. Jumlah biaya tetap adalah konstan. Selain biaya tersebut, hampir semua biaya masuk dalam kelompok biaya tidak tetap karena besar kecilnya berhubungan langsung dengan besar kecilnya produksi. Kelompok biaya tidak tetap misalnya biaya untuk bibit, persiapan, serta pengolahan lahan dan lain-lain. Jumlah biaya variabel sama dengan jumlah faktor produksi variabel dikalikan dengan biaya faktor produksi. Pajak pun kadang dapat dikelompokkan dalam biaya variabel ketika besar kecilnya ditentukan berdasarkan persentase hasil produksi netto. Biaya jangka pendek berkaitan dengan penggunaan biaya itu dalam waktu atau situasi yang tidak lama, jumlah beberapa masukan (faktor produksi) tidak dapat berubah-ubah (Hanafie, 2010).

Menurut Sukirno (2016), biaya produksi didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menghasilkan barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan kepada dua jenis: biaya eksplisit dan biaya tersembunyi. Biaya eksplisit adalah pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan. Sedangkan biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Analisis biaya produksi perlu memperhatikan tentang (1) biaya produksi rata-rata: yang meliputi biaya produksi total rata-rata, biaya produksi tetap rata-rata, dan biaya variabel rata-rata; dan (2) biaya produksi marjinal, yaitu tambahan biaya produksi yang harus dikeluarkan untuk menambah satu unit produksi. Biaya total adalah keseluruhan jumlah produksi yang dikeluarkan. Berikut adalah jenis-jenis biaya.

a. Biaya Total (*Total Costs*)

Biaya total adalah keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya Total (*Total Cost*) merupakan hasil penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap dan biaya variabel merupakan penyusun biaya total. Berikut sistematika biaya total.

$$TC = TFC + TVC$$

b. Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi (input) yang tidak dapat diubah jumlahnya. Biaya ini adalah biaya yang jumlahnya tetap, tidak bergantung perubahan jumlah produk yang dihasilkan atau biaya yang jumlahnya tidak berubah ketika kuantitas output berubah.

c. Biaya Berubah Total (*Total Variable Cost*)

Biaya berubah total adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya. Biaya ini merupakan biaya yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan banyak sedikitnya jumlah produk yang dihasilkan. Berdasarkan sistematika rumus fungsi biaya diatas, maka dapat diketahui hubungan besarnya biaya dengan tingkat produksi. Hal tersebut dapat digambarkan melalui kurva dimana total biaya dapat diperoleh dari total biaya tetap dijumlah dengan total biaya variabel. Total biaya tetap akan bersifat konstan karena tidak dipengaruhi oleh besarnya produksi, sedangkan total biaya variabel cenderung naik karena besarnya dipengaruhi oleh besar produksi. Berikut kurva hubungan biaya dengan tingkat produksi.



Gambar 2.6 Kurva Biaya Total (Sukirno, 2013)

Berdasarkan grafik tersebut terbentuk tiga jenis kurva yakni (1) kurva TFC, yang menggambarkan biaya tetap total, (2) kurva TVC, yang menggambarkan biaya berubah total, (3) kurva TC, yang menggambarkan biaya total. Kurva TFC berbentuk horizontal karena nilainya tidak berubah berapa pun banyaknya barang yang diproduksi. Sedangkan kurva TVC bermula dari titik O dan semakin lama semakin bertambah tinggi. Kurva TC adalah hasil dari penjumlahan kurva TFC dan TVC. Oleh sebab itu, kurva TC bermula dari pangkal TFC dan jika ditarik garis tegak diantara TVC dan TC, maka panjang garis tersebut adalah sama dengan jarak diantara TFC dengan sumbu datar.

2.2.11 Teori Penerimaan

Menurut Al Arif dan Euis (2010), penerimaan (*revenue*) adalah penerimaan produsen dari hasil penjualan produksinya. Dalam hal ini, penerimaan total merupakan total penerimaan produsen dari hasil produksinya (*output*), sehingga penerimaan total adalah jumlah produksi yang terjual dikalikan dengan harga jual produk. Berikut rumus penerimaan:

$$TR = Pq \times Q$$

Keterangan:

P = Harga jual produk

Y = Jumlah produksi yang terjual

Menurut Putong (2005), penerimaan adalah terjemahan dari revenue yakni suatu konsep yang menghubungkan antara jumlah barang yang diproduksi dengan harga jual per unitnya. Konsep penerimaan ini dipandang dari sisi permintaan bukan penawaran, karena tidak semua barang yang ditawarkan akan menjadi penerimaan (belum tentu laku terjual). Oleh karena sifat penerimaan berhubungan dengan unit barang yang dijual maka bila perusahaan tidak menghasilkan dan menjual barang maka tentu saja penerimaan perusahaan adalah nol, dan sebaliknya semakin banyak jumlah barang terjual semakin besar penerimaan sehingga kurva penerimaan berupa garis lurus tak terhingga.

2.2.12 Teori Pendapatan

Menurut Hernanto (1996), analisis pendapatan usahatani penting kaitannya dengan tujuan yang akan dicapai oleh setiap usahatani dengan berbagai pertimbangan dan motivasinya. Analisis pendapatan pada dasarnya memerlukan dua keterangan pokok yaitu keadaan penerimaan dan keadaan pengeluaran (biaya produksi) selama jangka waktu tertentu. Penerimaan usahatani dan pendapatan usahatani akan mendorong petani untuk dapat mengalokasikan dalam berbagai kegunaan seperti biaya produksi selanjutnya tabungan dan pengeluaran lain.

Menurut Soekartawi (1995), pendapatan usahatani merupakan selisih antara penerimaan dan semua biaya atau dengan kata lain pendapatan meliputi pendapatan kotor atau penerimaan total dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor atau penerimaan total adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Pendapatan usahatani dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Pd = TR - TC$$

$$TR = Y \cdot Py$$

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

Pd	= Pendapatan usahatani
TR	= Total penerimaan (<i>total revenue</i>)
TC	= Total biaya (<i>total cost</i>)
FC	= Biaya tetap (<i>fixed cost</i>)
VC	= Biaya variabel (<i>variable cost</i>)
Y	= Produksi yang diperoleh dalam suatu usahatani
Py	= Harga Y

2.3 Kerangka Pemikiran

Indonesia merupakan negara kepulauan yang luas dan strategis, dengan sumberdaya alam yang kaya akan keanekaragaman baik di darat maupun di perairan tawar dan laut. Sumberdaya perikanan Indonesia merupakan aset pembangunan yang memiliki peluang besar untuk dijadikan salah satu sumber pertumbuhan ekonomi. Sumberdaya perikanan memiliki keanekaragaman hayati perairan sangat potensial, baik dalam jenis maupun habitatnya. Besarnya potensi

sumberdaya alam perikanan yang dimiliki dapat memberikan peranan dalam meningkatkan pertumbuhan dan perekonomian.

Nilai produksi pada setiap komoditas unggulan perikanan budidaya dari tahun 2010 sampai 2014 mengalami kenaikan, yakni udang rata-rata sebesar 14,03%; kerapu rata-rata sebesar 9,61%; bandeng rata-rata sebesar 10,45%; patin rata-rata sebesar 30,73%; nila rata-rata sebesar 19,03%; ikan mas rata-rata sebesar 14,44%; lele rata-rata sebesar 26,43%; gurame rata-rata sebesar 17,70%; dan rumput laut rata-rata sebesar 27,72%. Budidaya perikanan darat dilakukan dengan memanfaatkan wilayah sepanjang pesisir pantai yang dibuat tambak. Berbagai komoditas perikanan dapat dibudidayakan dalam perairan tambak. Salah satu jenis ikan yang memiliki potensi untuk dibudidayakan di tambak adalah bandeng.

Bandeng merupakan ikan yang memiliki nama latin *Chanos chanos*. Bandeng cenderung hidup berkelompok di sekitar pesisir. Bandeng muda biasanya hidup di air payau dan akan kembali ke laut jika sudah dewasa untuk berkembang biak. Bandeng berkembang biak di laut yang jernih dan memiliki kedalaman sekitar 50 m. Bandeng (*Chanos chanos*) disukai sebagai makanan karena rasanya gurih, rasa daging netral (tidak asin seperti ikan laut) dan tidak mudah hancur jika dimasak. Namun ikan ini tergolong ikan yang memiliki duri banyak dan kadang-kadang berbau lumpur atau tanah. Ikan ini paling banyak dibudidayakan di Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Gresik.

Berdasarkan data Dinas Kelautan dan Perikanan Jawa Timur tahun 2014 menjelaskan bahwa produksi bandeng di Provinsi Jawa Timur yang paling besar adalah Kabupaten Gresik dengan produksi sebesar 39.545 ton. Produksi bandeng terbesar kedua adalah Kabupaten Sidoarjo dengan produksi sebesar 34.561,9 ton. Hal ini didukung oleh kondisi kawasan pesisir Kabupaten Sidoarjo yang sangat potensial dalam pengembangan budidaya tambak bandeng. Pengembangan budidaya tambak tersebut diharapkan dapat memicu peningkatan produksi perikanan budidaya dan peningkatan aktivitas ekonomi di Kabupaten Sidoarjo. Salah satu desa yang sebagian besar masyarakatnya melakukan budidaya bandeng adalah Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati.

Budidaya bandeng yang dilakukan oleh masyarakat Desa Tambak Cemandi memiliki masa panen selama 5 sampai 6 bulan sekali. Permasalahan yang terdapat dalam budidaya bandeng adalah dalam hal pemasaran dan tingginya biaya produksi. Pemasaran bandeng dilakukan dengan melalui beberapa lembaga yakni pedagang pengumpul, pedagang besar desa, pedagang pengecer dan pedagang pasar ikan. Adapun kendala yang terdapat dalam pemasaran bandeng yaitu waktu panen, harga produk dan jumlah produksi bandeng yang diminta oleh konsumen.

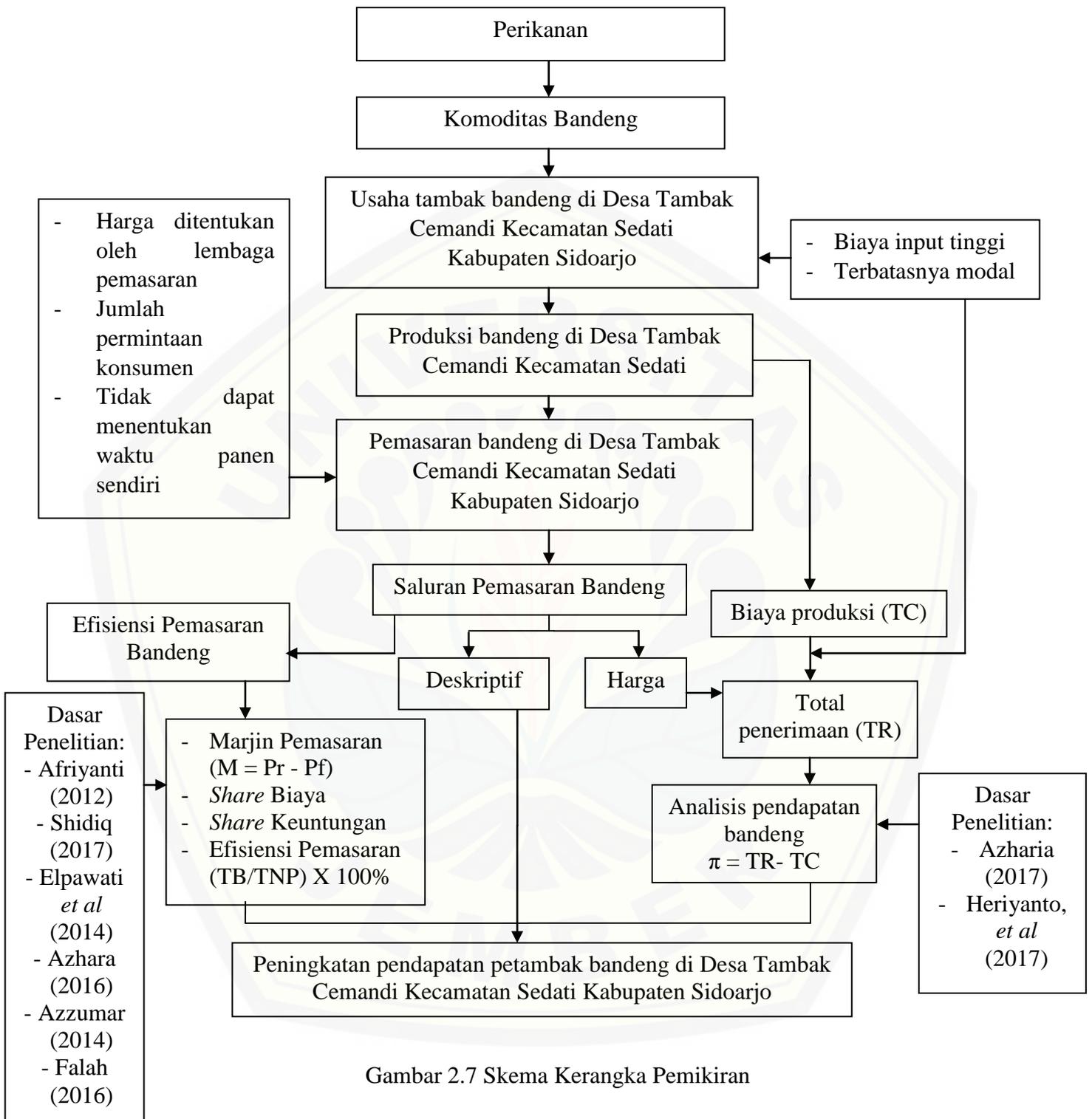
Pemasaran bandeng melalui pedagang pengumpul yang terdapat di Desa Tambak Cemandi merupakan hasil produksi bandeng yang siap panen dengan ukuran 1 kg isi 3 ekor dengan harga Rp 22.000 sampai Rp 25.000. Petambak harus menunggu giliran sesuai dengan jadwal yang diberlakukan oleh pedagang pengumpul jika memutuskan untuk menjual produksinya kepada pedagang pengumpul. Pemasaran bandeng melalui pedagang besar desa biasanya dilakukan oleh pedagang pengumpul yang telah mendapatkan hasil panen bandeng dari petambak. Pedagang besar desa hanya mampu membeli hasil panen bandeng dalam kisaran 5 ton jika permintaan bandeng tinggi, sehingga seorang pedagang pengumpul dapat menjual hasil panen bandeng ke beberapa pedagang besar desa. Harga jual bandeng kepada pedagang besar desa adalah selisih Rp 1.000 sampai Rp 1.500 dari pedagang pengumpul dengan ukuran 1 kg isi 3 ekor.

Pemasaran bandeng melalui pedagang pengecer dilakukan oleh pedagang besar dan pedagang pengumpul dengan harga jual sebesar Rp 25.000 sampai Rp 26.000. Jumlah bandeng yang diminta oleh pedagang pengecer relatif kecil yaitu hanya berkisar 10 sampai 35 kg, sedangkan hasil produksi petambak bisa mencapai 1 sampai 1,5 ton dalam luasan tambak 1 hektar, sehingga petambak tidak bisa memutuskan hasil produksinya dijual langsung ke pedagang pengecer. Pemasaran bandeng melalui pedagang pasar ikan yang terletak di Desa Gisik Cemandi. Harga jual bandeng oleh pedagang pasar ikan adalah sama dengan pedagang pengecer, yaitu kisaran harga Rp 26.000.

Petambak sebagai produsen bandeng memerlukan informasi pasar dan identifikasi pasar untuk mengetahui kemana, bagaimana, kapan dan kepada siapa

produk akan dipasarkan. Sistem pemasaran yang efisien akan menciptakan kondisi usaha yang menguntungkan baik bagi petambak maupun pelaku pemasaran yang terlibat, sehingga untuk meningkatkan harga jual dan keuntungan petambak diperlukan saluran pemasaran yang paling efisien dalam menyalurkan hasil produksinya ke konsumen akhir. Menurut Afriyanti (2012), petambak melakukan pertimbangan-pertimbangan dalam memilih lembaga pemasaran untuk memasarkan bandengnya. Setiap proses pendistribusian atau pemasaran komoditas selalu memiliki saluran tersendiri. Suatu komoditas tentunya memiliki saluran pemasaran tertentu yang menimbulkan perbedaan dengan komoditas yang lain. Perbedaan setiap saluran pemasaran ini dapat disebabkan oleh perbedaan sifat komoditas tersebut dihasilkan.

Banyaknya lembaga dalam saluran pemasaran memberikan pilihan bagi petambak untuk menentukan saluran pemasaran mana yang lebih banyak menghasilkan keuntungan. Beragam lembaga pemasaran atau pelaku pemasaran bandeng dapat menimbulkan adanya berbagai saluran pemasaran yang berbeda-beda, hal ini menunjukkan adanya efisiensi pemasaran yang berbeda. Efisiensi pemasaran bandeng akan dianalisis dengan menggunakan rumus efisiensi pemasaran, *share* biaya, *share* keuntungan. *Share* biaya dan *share* keuntungan merupakan bagian biaya dan bagian keuntungan yang dibayarkan dan diterima oleh petambak ataupun lembaga pemasaran dalam suatu saluran pemasaran. Perbedaan pada masing-masing saluran pemasaran akan menghasilkan keuntungan bagi petambak yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan harga yang diberlakukan pada masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Selisih besarnya penerimaan dan biaya faktor produksi akan menentukan berapa pendapatan yang diperoleh oleh petambak. Perhitungan pendapatan ini dilakukan untuk mengetahui perputaran modal dalam berbudidaya tambak bandeng yang diusahakan, sehingga nantinya petambak dapat mengetahui seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut. Secara skematis kerangka pemikiran peneliti dapat digambarkan dalam gambar sebagai berikut.



2.4 Hipotesis

1. Pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo adalah efisien.
2. Pendapatan petambak bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo adalah menguntungkan.



BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penentuan lokasi yang dilakukan dalam penelitian menggunakan *purposive method*. Menurut Rianse dan Abdi (2012), *purposive method* adalah teknik penentuan lokasi yang didasarkan pada pertimbangan yang logis. Lokasi yang dipilih sebagai obyek penelitian adalah Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo dengan pertimbangan daerah tersebut mempunyai potensi dalam budidaya bandeng secara geografis dan merupakan kabupaten yang menyumbang pasokan bandeng terbesar di Jawa Timur. Pertimbangan lainnya adalah ketersediaan usaha budidaya tambak dan ketersediaan data serta informasi yang diperlukan dalam penelitian.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitik. Metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2014). Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran bandeng yang terdapat di daerah penelitian. Metode analitik digunakan untuk menguji hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih mendalam tentang hubungan-hubungan antar fenomena (Nazir, 2014). Metode analitik dalam penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis pada permasalahan terkait efisiensi pemasaran dan pendapatan petambak bandeng di daerah penelitian.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi atau sejumlah anggota dari populasi yang diambil secara representatif

(Sugiyono, 2009). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan dua metode yakni metode *Proportionate Stratified Random Sampling* dan metode *Snowball Sampling*. Metode *Proportionate Stratified Random Sampling* adalah teknik pengambilan contoh yang digunakan jika populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata proporsional (Sugiyono, 2009). Metode ini digunakan untuk mengetahui jumlah petambak yang akan diteliti. Pengambilan sampel untuk menentukan jumlah petambak adalah dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat *error* sebesar 15% atau 0,15. Berikut adalah perhitungan dengan menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persen kelonggaran ketelitian yang ditolerir (15%)

Jadi, jumlah sampel penelitian yang dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{203}{1 + 203 (0,15)^2}$$

$$n = 36,461 = 37 \text{ petambak}$$

Berdasarkan rumus diatas, diperoleh hasil sampel sebanyak 37 petambak dari populasi yang berjumlah 203 petambak serta dengan tingkat kesalahan sebesar 15%. Dari hasil perhitungan tersebut, sampel petambak dibagi lagi menurut luas tambak yang dimiliki. Perhitungan pengambilan sampel untuk setiap strata adalah sebagai berikut :

$$n = (\text{populasi kelas/populasi keseluruhan}) \times \text{sampel (slovin)}$$

Tabel 3.1 Pembagian strata petambak bandeng menurut luas tambak di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Strata	Kriteria Luas Tambak (Ha)	Populasi	Sampel
1.	Sempit	< 5	105	19
2.	Sedang	5 – 10	70	13
3.	Luas	> 10	28	5
Total			203	37

Sumber: *Profil Kecamatan Sedati, 2015*

Pengambilan sampel untuk lembaga pemasaran, peneliti menggunakan metode *Snowball Sampling*, yakni teknik penentuan sampel yang awalnya adalah berjumlah kecil, kemudian sampel berikutnya menjadi berkembang semakin banyak dan seterusnya seperti bola salju yang menggelinding ke bawah semakin besar bentuknya (Ruslan, 2004). Metode ini dimulai dari pemilihan sampel secara sengaja untuk dilakukan wawancara. Responden pertama yang diwawancarai adalah petambak yang paling mengetahui permasalahan pemasaran yang nantinya dapat menentukan lembaga pemasaran selanjutnya, yakni ketua kelompok pembudidaya yang terdapat di Desa Tambak Cemandi. Batasan untuk lembaga pemasaran yang akan dipilih sebagai responden adalah lembaga pemasaran yang terdapat di Kabupaten Sidoarjo.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Sugiyono, 2009). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara, adalah metode pengumpulan data untuk memperoleh data primer dan jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau berukuran kecil. Wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan atau kuisisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara yang dilakukan peneliti kepada responden digunakan untuk mendapatkan informasi terkait jumlah produksi, luas tambak, harga produk, biaya bibit atau nener, biaya pupuk, biaya obat, biaya pakan, lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran produk.
2. Observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung kepada responden, tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada obyek-obyek alam lainnya. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan

observasi digunakan jika penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan jika responden yang diamati tidak terlalu besar. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait tingkah laku petambak dan pelaku pemasaran yang terlibat.

3. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data sekunder yang berbentuk tulisan, gambar, dan karya-karya ilmiah. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data luas tambak, data produksi bandeng, data harga bandeng, data jumlah petambak yang digunakan dalam penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui tujuan pertama dalam penelitian ini terkait saluran pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo adalah dengan menggunakan metode deskriptif. Metode ini digunakan untuk mendiskripsikan dan menjelaskan saluran yang terdapat di daerah penelitian. Hasil penelitian nantinya dapat diketahui banyaknya saluran pemasaran dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran produk tersebut. Tujuan dari analisis ini adalah untuk membuat gambaran secara sistematis, akurat dan factual terkait fakta dan fenomena yang akan diteliti.

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui tujuan kedua mengenai efisiensi pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo dengan menggunakan rumus efisiensi pemasaran (Soekartawi, 1989) sebagai berikut:

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

Keterangan:

EPs = Efisiensi pemasaran bandeng
TB = Total biaya usahatani bandeng
TNP = Total nilai produk bandeng

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika $EP \leq 50\%$, maka saluran pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi Kabupaten Sidoarjo adalah efisien.

- b. Jika $EP > 50\%$, maka saluran pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi Kabupaten Sidoarjo adalah tidak efisien.

Adapun perhitungan *share* keuntungan lembaga pemasaran ke-i adalah sebagai berikut:

$$Ski = (Ki : Pr) \times 100\%$$

$$Ki = Pji - Pbi - bij$$

Sedangkan perhitungan *share* biaya lembaga pemasaran ke-i adalah:

$$Sbi = [bi : (Pr - Pf)] \times 100\%$$

Keterangan:

Ski = *Share* keuntungan lembaga pemasaran bandeng ke-i (%)

Ki = Keuntungan lembaga pemasaran bandeng ke-i (Rp/kg)

Pji = Harga jual lembaga pemasaran bandeng ke-i (Rp/kg)

Pbi = Harga beli lembaga pemasaran bandeng ke-i (Rp/kg)

Bij = Biaya pemasaran lembaga pemasaran bandeng ke-i dari berbagai jenis biaya mulai dari biaya ke-j sampai ke-n (Rp/kg)

Sbi = *Share* biaya lembaga pemasaran bandeng ke-i (%)

bi = Biaya pemasaran bandeng oleh lembaga ke-I (Rp/kg)

Perhitungan nilai efisiensi pemasaran, *share* biaya, *share* keuntungan dilakukan peneliti kepada pedagang di wilayah Sidoarjo. Untuk efisiensi pemasaran, *share* biaya, dan *share* keuntungan pedagang luar kota tidak dapat dilakukan perhitungan dan pembahasan dikarenakan peneliti tidak melakukan wawancara kepada pedagang luar kota tersebut.

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui tujuan ketiga yaitu terkait pendapatan pembudidaya bandeng dengan menggunakan rumus pendapatan. Formulasi yang digunakan untuk menghitung pendapatan (Soekartawi, 1995) adalah sebagai berikut:

$$Pd = TR - TC$$

$$TR = Y \cdot Py$$

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

Pd = Pendapatan petambak bandeng (Rp)

TR = Jumlah penerimaan petambak bandeng (Rp)

TC = Jumlah biaya yang dikeluarkan dalam usahatani bandeng (Rp)

FC = Biaya tetap yang dikeluarkan dalam usahatani bandeng (Rp)

VC = Biaya variabel yang dikeluarkan dalam usahatani bandeng (Rp)

Y = Produksi yang diperoleh dalam usahatani bandeng (Kg)

P_y = Harga bandeng (Rp/kg)

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai $P_d > 0$, maka pendapatan usahatani bandeng adalah menguntungkan.
- b. Jika nilai $P_d < 0$, maka pendapatan usahatani bandeng adalah rugi.
- c. Jika nilai $P_d = 0$, maka pendapatan usahatani bandeng adalah tidak untung dan tidak rugi atau BEP (*Break Event Point*).

3.6 Definisi Operasional

1. Petambak adalah orang yang melakukan budidaya bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.
2. Tambak adalah tempat hidup atau habitat yang disediakan petambak untuk budidaya ikan bandeng.
3. Produksi adalah hasil yang diperoleh dari budidaya bandeng selama 5-7 bulan dalam satuan kilogram.
4. Modal adalah biaya total yang diperlukan untuk satu kali panen saat dilakukan usaha budidaya bandeng dalam satuan rupiah.
5. Luas lahan adalah penguasaan lahan/tambak yang digunakan oleh petambak dalam mengusahakan bandeng.
6. Pemasaran adalah proses pertukaran jual beli bandeng antar lembaga pemasaran yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya.
7. Saluran pemasaran adalah rangkaian lembaga pemasaran yang dilalui oleh komoditas bandeng dalam penyalurannya dari petambak ke konsumen akhir.
8. Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran dan menyalurkan hasil produksi bandeng dari petambak kepada konsumen akhir.
9. Produsen dalam penelitian ini adalah pembudidaya bandeng yang terdapat di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.

10. Pedagang pengumpul adalah lembaga pemasaran yang aktif membeli dan mengumpulkan bandeng dari petambak dan menjualnya ke lembaga pemasaran selanjutnya,
11. Pedagang besar adalah lembaga pemasaran yang menjual bandeng dalam jumlah besar dan memperoleh bandeng dari pedagang pengumpul lokal.
12. Pedagang pengecer adalah perantara yang menjual bandeng dalam jumlah kecil secara langsung pada para konsumen.
13. Pedagang pasar ikan dalam penelitian ini adalah pedagang pengecer yang terdapat di pasar ikan desa yang menjual bandeng bersamaan dengan produk ikan lainnya.
14. Konsumen adalah penerima atau pembeli terakhir produk bandeng dalam penelitian ini yang dibatasi hanya pada Kabupaten Sidoarjo.
15. Responden pemasaran adalah lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bandeng di Kabupaten Sidoarjo.
16. Pendapatan adalah penerimaan dari hasil budidaya bandeng dikurangi total biaya yang dikeluarkan dalam satuan rupiah.
17. Biaya adalah seluruh pengeluaran yang dikeluarkan petambak bandeng untuk mendapatkan penghasilan di masa datang dalam satuan rupiah.
18. Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam budidaya bandeng yang bersifat tetap atau konstan dalam satuan rupiah.
19. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan dalam budidaya bandeng yang sifatnya berubah-ubah sesuai dengan jumlah produksi dalam satuan rupiah.
20. Biaya pajak lahan adalah biaya yang dikeluarkan oleh petambak dalam berbudidaya bandeng dalam kurun waktu satu tahun yang dinyatakan dengan satuan rupiah.
21. Biaya sewa lahan adalah biaya yang dikeluarkan dalam berbudidaya bandeng untuk menyewa lahan dalam kurun waktu satu tahun yang dinyatakan dengan satuan rupiah.
22. Biaya benih adalah biaya yang dikeluarkan dalam budidaya bandeng dalam bentuk benih glondongan dalam satu kali produksi yang dinyatakan dengan satuan rupiah.

23. Biaya obat adalah biaya yang dikeluarkan oleh petambak untuk mendapatkan obat prebiotik bandeng dalam satu kali produksi yang dinyatakan dengan satuan rupiah.
24. Biaya pupuk adalah biaya yang dikeluarkan dalam berbudidaya bandeng untuk mencukupi kebutuhan pupuk dalam satu kali produksi yang dinyatakan dengan satuan rupiah.
25. Biaya pakan adalah biaya yang dikeluarkan dalam berbudidaya bandeng untuk memenuhi kebutuhan pakan atau pellet dalam satu kali produksi yang dinyatakan dengan satuan rupiah.
26. Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan dalam berbudidaya untuk memberi upah kepada tenaga yang membantu mulai dari proses persiapan tambak, pemeliharaan bandeng, sampai proses pemanenan yang dinyatakan dengan satuan rupiah.
27. Penerimaan merupakan total penerimaan yang diterima yang merupakan hasil kali total produksi bandeng dengan harga jual bandeng saat penelitian yang dinyatakan dengan satuan rupiah.
28. *Share* biaya adalah biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi dalam satuan persen (%).
29. *Share* keuntungan adalah keuntungan yang diperoleh oleh petambak bandeng dan lembaga pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi dalam satuan persen (%).
30. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petambak bandeng dalam rupiah per kilogram.
31. Efisiensi pemasaran adalah persentase perbandingan antara total biaya yang digunakan oleh petambak untuk usaha tambak bandeng dengan total nilai bandeng di Desa Tambak Cemandi dalam satuan persen (%).
32. Harga adalah suatu nilai yang diterima oleh petambak atas penjualan hasil produksi bandeng berdasarkan umur ikan yang diukur dalam satuan rupiah.
33. Periode penelitian dilakukan sejak bulan September 2017 sampai Januari 2018 di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.

BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Keadaan Geografis

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kawasan di wilayah Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Sidoarjo secara administratif terbagi menjadi 18 kecamatan, dimana terdapat sejumlah desa/kelurahan didalamnya. Desa Tambak Cemandi merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. Sebagian besar penduduk Desa Tambak Cemandi berbahasa Jawa. Luas wilayah Desa Tambak Cemandi adalah sebesar 616,00 Ha. Batas-batas wilayah Desa Tambak Cemandi adalah sebagai berikut:

Sebelah utara	: Desa Gisik Cemandi, Kecamatan Sedati
Sebelah selatan	: Desa Kalanganyar, Kecamatan Sedati
Sebelah timur	: Selat Madura
Sebelah barat	: Desa Cemandi, Kecamatan Sedati

Desa Tambak Cemandi terletak 5 km dari ibu kota kecamatan dengan waktu tempuh dari Desa Tambak Cemandi ke ibu kota kecamatan yakni 15 menit dengan kendaraan bermotor, sementara jika ditempuh dengan berjalan kaki atau kendaraan non bermotor sekitar 60 menit. Sedangkan jarak dari Desa Tambak Cemandi ke ibu kota kabupaten sekitar 20 km dengan waktu tempuh yakni 45 menit dengan kendaraan bermotor, sementara jika ditempuh dengan berjalan kaki atau kendaraan non bermotor sekitar 180 menit. Jarak dari Desa Tambak Cemandi ke ibu kota provinsi adalah 40 km dengan waktu tempuh sekitar 105 menit dengan kendaraan bermotor, sementara jika ditempuh dengan berjalan kaki atau kendaraan non bermotor sekitar 360 menit.

4.2 Penggunaan Tanah

Desa Tambak Cemandi merupakan desa yang memiliki potensi besar di bidang perikanan. Mayoritas penduduk Desa Tambak Cemandi kepemilikan tanahnya digunakan di sektor perikanan. Jenis ikan yang menjadi komoditas unggulan di Desa Tambak Cemandi adalah bandeng dan udang. Berikut ini

merupakan tabel luas wilayah Desa Tambak Cemandi menurut klasifikasi penggunaan tanah:

Tabel 4.1 Luas Wilayah Menurut Klasifikasi Penggunaan Tanah di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016

No.	Klasifikasi Penggunaan Tanah	Luas (Ha)
1.	Sawah	-
2.	Tegal/Ladang	-
3.	Pemukiman	101,00
4.	Pekarangan	52,00
5.	Tanah Rawa	5,00
6.	Pasang Surut	-
7.	Lahan Gambut	-
8.	Situ/Waduk/Danau	429,836
9.	Perkebunan	-
10.	Tanah Kas Desa	24,00
11.	Fasilitas Umum	3,164
12.	Hutan	1,00
Jumlah		616,00

Sumber: *Profil Desa Tambak Cemandi Tahun 2016*

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa luas Desa Tambak Cemandi sebesar 616,00 Ha. Luas pemukiman sebesar 101,00 Ha, luas pekarangan sebesar 52,00 Ha, luas tanah rawa sebesar 5,00 ha, luas tanah kas desa sebesar 24,00 Ha, luas fasilitas umum sebesar 3,164 Ha dan luas hutan sebesar 1,00 Ha. Sebagian besar wilayah Desa Tambak Cemandi digunakan untuk sektor perikanan. Hal ini tampak dari luas situ/waduk/danau sebesar 429,836 Ha yang dimanfaatkan untuk budidaya perikanan. Luasnya tanah yang digunakan untuk perikanan menjadikan penduduk Desa Tambak Cemandi mayoritas bermatapencaharian di bidang perikanan.

4.3 Keadaan Penduduk

Penduduk Desa Tambak Cemandi menggunakan Bahasa Jawa sebagai bahasa komunikasi sehari-hari. Berdasarkan profil Desa Tambak Cemandi pada tahun 2016, jumlah kepala keluarga mencapai 1.430 KK dengan jumlah penduduk secara keseluruhan mencapai 3.547 jiwa. Kepadatan penduduk di Desa Tambak Cemandi sebesar 640 jiwa/km². Kondisi penduduk Desa Tambak Cemandi pada tahun 2016 berdasarkan jenis kelamin memperlihatkan bahwa jumlah penduduk perempuan lebih besar daripada jumlah penduduk laki-laki, akan tetapi perbedaan

jumlah tersebut tidak terlalu jauh. Berikut ini tabel keadaan penduduk Desa Tambak Cemandi tahun 2016 berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.2 Keadaan penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo 2016

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	1.773	49,99
2.	Perempuan	1.774	50,01
Total		3.547	100

Sumber: Profil Desa Tambak Cemandi Tahun 2016

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah penduduk secara keseluruhan mencapai 3.547 jiwa dengan jumlah penduduk perempuan lebih besar daripada laki-laki. Jumlah laki-laki sebesar 1.773 dengan persentase 49,99% dan jumlah perempuan sebesar 1.774 dengan persentase 50,01%. Selisih antara jumlah laki-laki dan perempuan tidak jauh yakni hanya berjumlah 1 jiwa.

4.4 Keadaan Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur

Penduduk Desa Tambak Cemandi yang berjumlah 3.547 jiwa terdiri dari beberapa kelompok umur. Adapun sebaran jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016

No.	Golongan Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	0 – 6	275	7,75
2.	7 – 12	361	10,18
3.	13 – 18	390	11,00
4.	19 – 56	2270	64,00
5.	>56	251	7,07
Total		3.547	100

Sumber: Profil Desa Tambak Cemandi Tahun 2016

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa penduduk Desa Tambak Cemandi pada tahun 2016 tercatat sebanyak 3.547 jiwa. Sebaran penduduk menurut kelompok umur 0-6 tahun adalah sebanyak 275 dengan persentase sebesar 7,76%, kelompok umur 7-12 tahun adalah sebanyak 361 jiwa dengan persentase sebesar 10,17%, kelompok umur 13-18 tahun adalah sebanyak 390 jiwa dengan persentase sebesar 11%, kelompok umur 19-56 tahun adalah

sebanyak 2270 jiwa dengan persentase sebesar 64% dan merupakan kelompok umur dengan jumlah penduduk paling tinggi dari total seluruh jumlah penduduk di Desa Tambak Cemandi. Kelompok umur >56 adalah sebanyak 251 jiwa dengan persentase sebesar 7,07% dan merupakan kelompok umur dengan jumlah penduduk terendah dari total penduduk di Desa Tambak Cemandi.

4.5 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Penduduk Desa Tambak Cemandi mempunyai mata pencaharian yang beragam dari keseluruhan jumlah penduduknya. Mata pencaharian terbesar di Desa Tambak Cemandi tahun 2016 adalah sebagai petambak. Adapun jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian pada tahun 2016 dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.4 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani/petambak	94	8,36
2.	Buruh Tani/ buruh tambak	370	32,92
3.	Nelayan	294	26,16
4.	PNS	12	1,07
5.	Pedagang Kelontong	191	17,00
6.	Peternak	10	0,89
7.	Buruh Harian Lepas	58	5,16
8.	Perangkat Desa	8	0,71
9.	Wiraswasta	26	2,31
10.	Guru Swasta	15	1,33
11.	Lain-lain	46	4,09
Total		1124	100

Sumber: Profil Desa Tambak Cemandi Tahun 2016

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa mata pencaharian dengan jumlah tertinggi adalah sebagai buruh tani/buruh tambak. Hal ini menjadikan mayoritas penduduk di Desa Tambak Cemandi bekerja di sektor perikanan dengan jumlah sebesar 370 dengan persentase 32,92%, nelayan dengan jumlah sebesar 294 jiwa dengan persentase 26,16%. Sedangkan penduduk yang bekerja sebagai petani sebanyak 94 dengan persentase 8,36%, penduduk yang bekerja sebagai PNS sebesar 12 jiwa dengan persentase 1,07%, penduduk yang bekerja sebagai pedagang kelontong sebesar 191 jiwa dengan persentase sebesar 17,00%, penduduk yang bekerja

sebagai peternak sebesar 10 jiwa dengan persentase sebesar 0,89%, penduduk yang bekerja sebagai buruh harian lepas adalah sebesar 58 jiwa dengan persentase 5,16%, penduduk yang bekerja sebagai perangkat desa adalah sebesar 8 jiwa dengan persentase 0,71%. Penduduk yang bekerja sebagai wiraswasta adalah sebesar 26 jiwa dengan persentase 2,31%, penduduk yang bekerja sebagai guru swasta adalah sebesar 15 jiwa dengan persentase 1,33%, dan penduduk yang bekerja di bidang lainnya sebanyak 46 jiwa dengan persentase 4,09%. Mata pencaharian di bidang perikanan memiliki jumlah yang lebih banyak.

4.6 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan sangat penting bagi suatu masyarakat, semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat maka akan semakin cepat perkembangan dan pembangunan di wilayah tersebut. Tingginya suatu pendidikan akan membantu suatu masyarakat dalam menyerap inovasi teknologi baru dengan cepat. Tingkat pendidikan juga digunakan sebagai salah satu indikator kemajuan masyarakat.

Tabel 4.5 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Tamat SD/ sederajat	1.308	36,88
2.	Tamat SMP/ sederajat	768	21,65
3.	Tamat SMA/ sederajat	719	20,27
4.	Tamat D-3/ sederajat	102	2,88
5.	Tamat S-1/ sederajat	148	4,17
6.	Lain-lain	502	14,15
Jumlah		3.547	100

Sumber: Profil Desa Tambak Cemandi Tahun 2016

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa pendidikan penduduk Desa Tambak Cemandi paling banyak adalah tamat SD yakni sebanyak 1.308 jiwa dengan persentase 36,88%. Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 768 jiwa dengan persentase 21,65%. Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 719 jiwa dengan persentase 20,27%. Pendidikan tingkat D-3 sebanyak 102 jiwa dengan persentase 2,88%. Pendidikan tingkat S-1/ sederajat sebanyak 148 jiwa dengan persentase 4,17%. Sedangkan pendidikan lain-lain sebanyak 502

jiwa dengan persentase 14,15%, pendidikan lain-lain dalam artian data yang belum masuk.

4.7 Fasilitas Umum dan Sosial Desa Tambak Cemandi

Fasilitas umum adalah fasilitas yang diadakan untuk kepentingan umum. Fasilitas sosial adalah fasilitas yang diadakan oleh pemerintah atau pihak swasta yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat umum dalam lingkungan pemukiman. Fasilitas umum maupun sosial adalah milik bersama yang harus dijaga dan dirawat dengan baik agar bisa selalu dimanfaatkan secara maksimal untuk jangka panjang. Berikut tabel 4.6 fasilitas umum dan fasilitas sosial yang ada di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati.

Tabel 4.6 Fasilitas Umum dan Fasilitas Sosial yang Ada di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Fasilitas Umum dan Sosial	Jumlah
1.	Kantor Desa/Kelurahan	
	Gedung Kantor	1
	Balai Desa	1
2.	Kesehatan	
	Posyandu	3
	Balai Pengobatan Masyarakat Yayasan/Swasta	1
	Rumah Praktek Dokter	1
3.	Pendidikan	
	Gedung SD	1
	Gedung TK	2
	Gedung Tempat Bermain Anak	2
	Lembaga Pendidikan Agama	3
	Perpustakaan Desa/Kelurahan	1
4.	Tempat Ibadah	
	Masjid	2
	Langgar/Surau/Mushola	7
	Gereja Katholik	1

Sumber: Profil Desa Tambak Cemandi Tahun 2016

Berdasarkan Tabel 4.6 fasilitas umum dan fasilitas sosial yang tersedia di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati terdapat fasilitas kantor desa, fasilitas kesehatan, fasilitas pendidikan, dan fasilitas tempat ibadah. Desa Tambak Cemandi memiliki 1 gedung kantor dan 1 balai desa. Fasilitas kesehatan yang terdapat di Desa Tambak Cemandi yaitu 3 Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu), 1 Balai Pengobatan Masyarakat Yayasan, dan 1 Rumah Praktek Dokter. Fasilitas

Pendidikan yang terdapat di Desa Tambak Cemandi yaitu 1 Gedung Sekolah Dasar (SD), 2 Gedung Taman Kanak-Kanak (TK), 2 Gedung Tempat Bermain Anak, 3 Lembaga Pendidikan Agama, dan 1 Perpustakaan Desa. Serta fasilitas tempat ibadah yang terdapat di Desa Tambak Cemandi yaitu 2 masjid, 7 langgar/surau/mushola dan 1 gereja katolik yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar desa.

4.8 Keadaan Tambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo merupakan desa yang sangat berpotensi dibidang perikanan karena letak wilayahnya berbatasan langsung dengan laut. Ketinggian Desa Tambak Cemandi adalah 4 meter di atas permukaan laut sehingga wilayahnya sangat cocok untuk perikanan. Petambak bandeng di Desa Tambak Cemandi kebanyakan memilih untuk mengusahakan bandeng dalam tambak karena hal ini sudah merupakan tradisi turun temurun dari orang tua dan nenek moyang mereka. Selain itu, kondisi lahan yang sangat memungkinkan dan didukung dengan keadaan wilayah yang berbatasan dengan laut.

Budidaya bandeng merupakan matapecaharian utama bagi sebagian besar penduduk Desa Tambak Cemandi. Petambak awalnya tidak menggunakan pakan dalam berbudidaya bandeng, Namun dari tahun ke tahun permintaan bandeng semakin meningkat dan diminati konsumen, sehingga saat ini sudah banyak petambak yang menggunakan pakan dan diaplikasikan secara rutin pada budidaya bandeng. Pakan yang digunakan berfungsi untuk mempercepat pertumbuhan bandeng dan membuat bandeng lebih cepat besar, sehingga mempercepat pula waktu dalam berbudidaya. Waktu budidaya yang awalnya bisa mencapai 7 bulan tanpa menggunakan pakan atau pellet, saat ini bisa dipangkas menjadi 5-6 bulan dengan ditambahkan pellet.

Salah satu aspek penting dalam berbudidaya bandeng adalah pemeliharaan tambak. Tambak yang telah berulang kali digunakan harus diperbaiki baik dari segi pintu air, pematang tambak, kedalaman pelataran tambak,

selokan-selokan di dalam tambak, hingga pemupukan tambak untuk menumbuhkan pakan alami. Perbaikan tambak ini tergantung tingkat kerusakan tambak. Perbaikan tambak ada yang dilakukan dua kali selama proses budidaya, ada yang sekali, ada pula yang lebih dari dua kali. Tingkat kerusakan tambak biasanya dikarenakan penggunaan pakan dalam proses budidaya, penggunaan bahan-bahan kimia yang berupa obat-obatan untuk membunuh hama yang terdapat dalam tambak, serta kerusakan yang diakibatkan oleh banjir dari luapan air laut atau biasanya disebut *rob*.

Perbaikan tambak perlu dilakukan terhadap saluran dan pintu air, pematang, peralatan tambak serta komponen lain yang rusak atau berkurang fungsinya setelah proses pemeliharaan dan pemanenan bandeng. Keadaan pematang tambak sering mengalami kerusakan setelah proses pemeliharaan. Pematang tambak dapat diperbaiki dengan cara menutup bagian yang bocor secara maksimal dan menaikkan kembali. Pintu air pada tambak juga mengalami penurunan fungsi pemakaiannya karena kayu yang digunakan sebagai penutup bisa menjadi lapuk, gangguan hama, dan faktor lainnya. Perbaikan pintu air biasanya dapat dilakukan dengan cara mengganti kayu atau menambalnya. Perbaikan juga dilakukan sebagai akibat jika tambak terkena *rob*. Air laut yang pasang dapat menambah volume air yang terdapat di tambak, sehingga pematang-pematang harus ditinggikan agar produksi bandeng tidak terbawa ke laut yang dapat mengurangi hasil panen nantinya.

Pelataran tambak merupakan area yang menjadi tempat pemeliharaan bandeng sampai proses pemanenan. Penurunan pelataran tambak umumnya terjadi setelah digunakan untuk pemeliharaan bandeng. Penurunan ini disebabkan oleh adanya kebocoran akibat hama pengganggu, penimbunan kotoran ikan, dan penurunan kesuburan. Perbaikan pelataran tambak dilakukan dengan cara menggali tanah yang terdapat di dalam saluran di sekeliling tambak dan mengangkatnya ke pematang, kemudian meratakan dan memadatkannya di bagian pematang dengan menggunakan skop yang terbuat dari kayu. Pelataran tambak sebaiknya dibuat rata atau miring ke arah pintu air supaya proses pengeringan dapat dilakukan secara cepat dan sempurna.

4.9 Budidaya Bandeng

4.9.1 Persiapan Tambak

Hal pertama yang dilakukan dalam budidaya bandeng adalah persiapan lahan atau tambak. Tambak merupakan sarana utama dalam kegiatan budidaya bandeng. Tambak bekas pemanenan sebelumnya dilakukan pengontrolan dan perbaikan. Endapan lumpur sisa budidaya periode sebelumnya biasanya mengendap di tengah tambak dan dekat saluran pintu air. Endapan mengandung bahan organik dari sisa pakan yang tidak dicerna dan kotoran feses bandeng. Endapan lumpur ini harus dibuang agar tidak mengganggu pertumbuhan dan perkembangan bandeng.

4.9.2 Pengeringan Tambak

Tambak yang sudah diperbaiki selanjutnya dilakukan pengeringan tambak. Pengeringan dilakukan agar menghilangkan gas-gas beracun ataupun bekas zat kimia yang terkandung dalam obat bandeng. Lama pengeringan tergantung cuaca dan kondisi tanah. Biasanya lama pengeringan dilakukan dalam kurun waktu satu minggu. Langkah selanjutnya adalah pembalikan tanah dengan tujuan tanah yang baru masih mengandung banyak bahan organik yang nantinya berfungsi sebagai sumber nutrisi pakan alami untuk tumbuh dan berkembang bandeng. Pencangkulan dan pembalikan tanah juga bertujuan untuk membebaskan senyawa dan gas beracun sisa budidaya hasil dekomposisi bahan organik baik dari pakan maupun dari kotoran. Selain itu dengan menjadi gemburnya tanah, aerasi akan berjalan dengan baik sehingga kesuburan tambak akan meningkat.

4.9.3 Pengapuran Tambak

Pengapuran pada tambak dilakukan untuk mengembalikan keasaman tanah, menurunkannya pH tanah diakibatkan karena penimbunan dan pembusukan bahan organik selama budidaya sebelumnya. pH tanah yang dibutuhkan dalam budidaya bandeng adalah kisaran 7-8. Pengapuran juga dapat menyebabkan bakteri dan jamur pembawa penyakit mati karena sulit dapat hidup pada pH tersebut, serta menghilangkan bau air tambak. Pengapuran dilakukan sebelum

tebar benih, penggunaan dilakukan di tepi tambak yang lebih dalam, tidak di tengah tambak. Selanjutnya dilakukan pengisian air pada tambak.

4.9.4 Penebaran benih

Benih yang digunakan oleh petambak adalah benih glondongan. Benih glondongan adalah benih yang sudah dibesarkan dengan ukuran yang berkisar 8 – 10 cm. Benih memiliki peran penting dalam proses pembudidayaan bandeng, oleh karena itu pemilihan kualitas dan kuantitas benih perlu diperhatikan. Petambak membeli benih pada agen dan petambak glondongan. Penyebaran benih dilakukan dengan tingkat kerapatan 1 Ha tambak diisi benih sebanyak 1 rean atau sebanyak 5500 ekor bandeng. Perkembangan dan pertumbuhan bandeng sangat dipengaruhi oleh kondisi air dan ketersediaan pakan, baik pakan alami maupun pakan buatan.

4.9.5 Pemeliharaan

Pemeliharaan adalah kegiatan menjaga kondisi budidaya. Pemeliharaan yang dilakukan pada budidaya bandeng adalah pemberian pakan dan pupuk serta pemberian obat pada bandeng. Pupuk yang digunakan adalah pupuk urea yang bertujuan untuk menghijaukan air tambak. Pakan yang digunakan oleh petambak adalah pakan buatan atau yang disebut pellet. Tujuan pemberian pellet ini adalah merangsang nafsu makan dan mempercepat pertumbuhan bandeng. Pemberian pellet dilakukan 2 kali sehari yaitu pagi dan sore. Pemeliharaan selanjutnya adalah pengobatan. Pengobatan dilakukan jika terdapat tanda-tanda penyakit bandeng, misal daya nafsu makan ikan menurun, sirip kotor, ataupun penyakit yang disebabkan oleh cacing yang dapat merusak hasil panen.

4.9.6 Pemanenan

Pemanenan adalah proses pengambilan hasil produksi. Pemanenan bandeng dilakukan pada bandeng yang berumur 5-6 bulan. Kegiatan pemanenan dilakukan pada malam hari hingga menjelang subuh sekitar jam 12 malam hingga jam 5 pagi. Hal ini dilakukan agar pada paginya dapat dipasarkan langsung

dengan kondisi masih segar. Setiap panen, bandeng akan dimasukkan keranjang besar yang berisi 100 kg.

4.9.7 Pemasaran

Pemasaran bandeng dilakukan setelah proses pemanenan bandeng di tambak. Hasil produksi bandeng dijual langsung kepada pedagang pengumpul yang terdapat di Desa Tambak Cemandi. Proses pemasaran dilakukan pada pagi hari, sedangkan pemanenan dilakukan pada dini hari. Sehingga hasil panen bandeng yang dijual kepada konsumen masih dalam keadaan segar. Pemasaran bandeng melibatkan beberapa lembaga pemasaran dalam penyalurannya ke konsumen akhir. Proses pendistribusian bandeng dan penanganan yang dilakukan oleh masing – masing lembaga pemasaran harus tepat dan cepat, hal ini dikarenakan sifat dari produk bandeng yang mudah rusak.

BAB 6. KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

1. Saluran pemasaran bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo terdapat 4 (empat) saluran pemasaran, yaitu:
 - a. Saluran pemasaran I (saluran pemasaran dua tingkat): petambak – pedagang pengumpul – pedagang pasar ikan – konsumen,
 - b. Saluran pemasaran II (saluran pemasaran tiga tingkat): petambak – pedagang pengumpul – pedagang besar desa – pedagang pengecer – konsumen,
 - c. Saluran pemasaran III (saluran pemasaran dua tingkat): petambak – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen,
 - d. Saluran pemasaran IV (saluran pemasaran satu tingkat): petambak – pedagang pengumpul – pedagang luar kota.
2. Nilai efisiensi pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran I adalah sebesar 1,86%, saluran pemasaran II adalah sebesar 4,65%, dan saluran pemasaran III adalah sebesar 2,52%. Ketiga saluran pemasaran yang terdapat di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo adalah efisien karena nilai efisiensi pemasaran lebih kecil dari 50%.
3. Pendapatan petambak bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo adalah menguntungkan. Rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan oleh petambak adalah sebesar Rp 1.760.078,08 dan biaya variabel adalah sebesar Rp 16.199.873,75, sehingga total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 17.959.951,83. Rata-rata penerimaan yang diperoleh oleh petambak adalah sebesar Rp 26.684.145,22. Rata-rata pendapatan yang dihasilkan oleh petambak dalam satu kali musim atau dalam satu kali periode adalah sebesar Rp 8.724.193,39.

1.2 Saran

1. Pemerintah Dinas Perikanan Kabupaten Sidoarjo seharusnya memberikan penyuluhan yang intens terkait peningkatan produktivitas bandeng agar

petambak dapat memperoleh produksi yang optimal yang dapat meningkatkan pendapatan.

2. Petambak hendaknya melakukan kerja sama atau bermitra dengan pabrik pakan, agar bisa menekan biaya pakan yang dikeluarkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Abidin, Zainal, Nuddin Harahab, dan Lina Asmarawati. 2017. *Pemasaran Hasil Perikanan*. Malang: UBPress.
- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Afriyanti, Nanda P. 2012. Kajian Prospek Bandeng Ditinjau dari Segi Usahatani dan Pemasaran di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. *SKRIPSI*. Universitas Jember.
- Ahmad, Taufik, Erna Ratnawati, dan M. Jamil R. Yakob. 1998. *Budidaya Bandeng Secara Intensif*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Al Arif, M. Nur Rianto dan Euis Amalia. 2010. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Antriyandarti, Ernoiz. 2012. *Ekonomika Mikro untuk Ilmu Pertanian*. Yogyakarta: Nuha Litera.
- Asmarantaka, Ratna W. 2014. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Azhara, Dina. 2016. Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Bandeng di Jawa Barat. *TESIS*. Institut Pertanian Bogor.
- Azharia, Janitra P. 2017. Analisis Pendapatan Budidaya Ikan Bandeng dan Efisiensi Pemasaran di Desa Betoyo Kauman Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik. *SKRIPSI*. Universitas Jember.
- Azzumar. 2014. Analisis Margin Pemasaran Ikan Bandeng di Kota Banda Aceh. *SKRIPSI*. Universitas Syiah Kuala Darussalam Banda Aceh.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. 2015. Sidoarjo dalam Angka. Sidoarjo: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo.
- Cahyono, Bambang. 2011. *Budidaya Ikan di Perairan Umum*. Yogyakarta: Kanisius.
- Daniel, Moehar. 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Jawa Timur. 2015. Produksi Bandeng Provinsi Jawa Timur Tahun 2010. Jawa Timur: Dinas Kelautan dan Perikanan Jawa Timur.

- Dinas Perikanan Kabupaten Sidoarjo. 2015. Luas Area dan Produksi Ikan Kabupaten Sidoarjo. Sidoarjo: Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Sidoarjo.
- Elpawati, Teguh Budiyo, Zulmanery. 2014. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Bandeng Desa Tambak Sari, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang. *Agribisnis*, 8(1): 83-110.
- Falah, Muhamad A.N. 2016. Analisis Pemasaran Bandeng Segar di Pasar Kanoman Kecamatan Lemah Wungkuk Kota Cirebon. *SKRIPSI*. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Fauzi, Sa'dilah. 2013. Profil Komoditas Ikan Bandeng. [Serial Online]. <http://wpi.kkp.go.id/?q=node/46>.
- Fauziah, Antika F. 2015. Analisis Pendapatan dan Pemasaran Ikan Lele Dumbo di Desa Mojomulyo Kecamatan Puger. *SKRIPSI*. Universitas Jember.
- Firdaus, Muhammad. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPEE.
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Heriyanto, Sarini Yusuf, dan Nurdiana A. 2017. Analisis Keuntungan Usaha Tambak Ikan Bandeng (*Chanos chanos*) di Desa Porara Kecamatan Morosi Kabupaten Konawe Provinsi Sulawesi Tenggara. *Sosial Ekonomi Pertanian*. 2(2): 80-93.
- Hernanto, Fadholi. 1996. *Ilmu Usahatani*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2013. Profil Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Timur untuk Mendukung Industrialisasi KP. Jakarta: Pusat Data, Statistika dan Informasi.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Larasati. 2008. Analisis Penawaran Ikan Bandeng di Kabupaten Pati. *SKRIPSI*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Makeham, J.P dan R.L. Malcolm. 1991. *Manajemen Usahatani Daerah Tropis*. Jakarta: LP3ES
- Manap, H. Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Maradong, David S. 2016. Potensi Besar Perikanan Tangkap Indonesia. [Serial Online]. <http://setkab.go.id/potensi-besar-perikanan-tangkap-indonesia/>. Diakses 10 Januari 2017
- Murtidjo, Bambang Agus. 2012. *Budi Daya dan Pembenihan Bandeng*. Yogyakarta: Kanisius.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Perum Perikanan Indonesia. 2014. Potensi Negara Indonesia Sebagai Negara Maritim. [Serial Online]. <http://www.perumperindo.co.id/publikasi/artikel/171-potensi-indonesia-sebagai-negara-maritim>. Diakses 10 Januari 2017
- Purnomowati, Ida, D. Hidayati dan C. Saparinto. 2007. *Ragam Olahan Bandeng*. Yogyakarta: Kanisius.
- Putong, Iskandar. 2005. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rianse, Usman dan Abdi. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: ALFABETA
- Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Saparinto, Cahyo, Ida Purnomowati, dan Diana Hidayati. 2006. *Bandeng Duri Lunak*. Yogyakarta: Kanisius.
- Semaoen, Iksan dan Siti Mariyatul K. 2011. *Mikroekonomi*. Malang: UB Press.
- Shidiq, M. Mabur S. 2017. Analisis Pemasaran Ikan Bandeng di Kelompok Pembudidaya Ikan Mina Lestari Kecamatan Patebon Kabupaten Kendal. *SKRIPSI*. Universitas Wahid Hasyim Semarang.
- Sinar tani. 2006. Beternak ikan dalam karamba. [serial online]. www.nguntoronadi.wonogiri.org. Diakses 10 Januari 2017
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta: UI-Press.
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Statistik Perikanan Budidaya. 2013. Kelautan dan Perikanan dalam Angka Tahun 2015. Jakarta: Pusat Data, Statistik, dan Informasi.
- Sudiyono, Armand. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2016. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Sunarto. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta & UST Press.

Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Suprpti, M. Lies. 2002. *Bandeng Asap*. Yogyakarta: Kanisius.

Suratiyah, Ken. 2015. *Ilmu Usahatani*. Jakarta: Penebar Swadaya.



Lampiran A1. Data Identitas Petambak Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Umur	Luas Tambak (Ha)	Jumlah Produksi (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Tujuan Pemasaran
1.	H. Bambang S.	49	11	11000	23000	Pedagang Pengumpul
2.	Amat S.A.	56	5	5500	22000	Pedagang Pengumpul
3.	H. Ulul Arkham	43	9	10000	22000	Pedagang Pengumpul
4.	H. M. Thohir	46	16	15500	22000	Pedagang Pengumpul
5.	M. Yasak	53	3	4700	23000	Pedagang Pengumpul
6.	Markasan	42	7	8700	23000	Pedagang Pengumpul
7.	Suparno	61	6	7000	22000	Pedagang Pengumpul
8.	Sidik	72	14	14000	23000	Pedagang Pengumpul
9.	Suandrik	43	2	2500	23000	Pedagang Pengumpul
10.	Sutopo	45	2,5	3000	23000	Pedagang Pengumpul
11.	Abdillah	43	2,5	2800	23000	Pedagang Pengumpul
12.	H. Sukisman	52	6	6800	23000	Pedagang Pengumpul
13.	M. Nadhor Al Isra	54	2	3000	23000	Pedagang Pengumpul
14.	Isa Busthomi	52	6	6700	22000	Pedagang Pengumpul
15.	H. Nanang S. H.	46	12	13000	22000	Pedagang Pengumpul
16.	H. Syaifudin	43	8	9000	23000	Pedagang Pengumpul
17.	H. Aminudin	60	6	7000	22000	Pedagang Pengumpul
18.	M. Nurul Huda	43	4	5000	22000	Pedagang Pengumpul
19.	H. Fuad Rasyidi	42	6	7100	23000	Pedagang Pengumpul
20.	M. Tauhid	44	2	3000	23000	Pedagang Pengumpul
21.	H. Isa Anshari	50	3	3900	22000	Pedagang Pengumpul
22.	Abdullah	53	2	2000	22000	Pedagang Pengumpul
23.	Qowiyuddin	46	2,5	3000	23000	Pedagang Pengumpul
24.	Ihsanuddin	48	2	2500	22000	Pedagang Pengumpul
25.	H. Shalihan	56	2,5	3000	22000	Pedagang Pengumpul
26.	H. Husin A.	51	3	3500	23000	Pedagang Pengumpul
27.	H. Shalihin	53	7	8000	22000	Pedagang Pengumpul
28.	Syamsudin	50	2	2000	23000	Pedagang Pengumpul
29.	Ulumudin	42	6	6200	22000	Pedagang Pengumpul
30.	Ahmadun	45	6	7000	22000	Pedagang Pengumpul
31.	Ahmad Khozin	60	2	2500	22000	Pedagang Pengumpul
32.	Marikan	62	3	4000	22000	Pedagang Pengumpul
33.	H. Supratno	60	3	4700	23000	Pedagang Pengumpul
34.	H. Ali Zaini	56	2	2300	23000	Pedagang Pengumpul
35.	H. Nur Qomari	47	11	12000	22000	Pedagang Pengumpul
36.	H. Maksun	56	2	2200	23000	Pedagang Pengumpul
37.	Masyhudi K.	43	7	8000	22000	Pedagang Pengumpul

Lampiran A2. Data Identitas Pedagang Pengumpul Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No	Nama	Umur (Tahun)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Tujuan Pemasaran
1.	H. Suharsono	49	23000	24000	Pedagang Besar Desa
				25000	Pedagang Pasar Ikan
				25000	Pedagang Pengecer
2.	Edi	47	22000	23000	Pedagang Besar Desa
				24500	Pedagang Pasar Ikan
				24500	Pedagang Pengecer
3.	Udin	42	22000	23000	Pedagang Besar Desa
4.	Hudi	35	22000	23000	Pedagang Besar Desa
				24500	Pedagang Pasar Ikan
5.	Misto	54	23000	24000	Pedagang Besar Desa
				25000	Pedagang Pasar Ikan
6.	Miskan	48	22000	23000	Pedagang Besar Desa
				24500	Pedagang Pengecer
7.	H. Budi	67	23000	24000	Pedagang Besar Desa
8.	Icuk	50	23000	24000	Pedagang Besar Desa
				25000	Pedagang Pasar Ikan
				25000	Pedagang Pengecer

Lampiran A3. Data Identitas Pedagang Besar Desa Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No	Nama	Umur (Tahun)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Tujuan Pemasaran
1.	Nur Kasan	49	23000	24500	Pedagang Pengecer
2.	Anil	40	24000	25000	Pedagang Pengecer
3.	Hurin	43	23000	24500	Pedagang Pengecer
4.	Sutopo	46	24000	25000	Pedagang Pengecer
5.	Munawaroh	44	23000	24500	Pedagang Pengecer
6.	H. Tin	48	24000	25000	Pedagang Pengecer
7.	Indra	45	23000	24500	Pedagang Pengecer

Lampiran A4. Data Identitas Pedagang Pengecer Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Umur (Tahun)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Tujuan Pemasaran
1.	H. Kambali	45	25000	26000	Rumah Tangga
2.	Ismawati	42	24000	26000	Rumah Tangga
3.	Sati'a	46	24500	26000	Rumah Tangga
4.	Supardi	47	24500	26000	Rumah Tangga
5.	Rokamsa	43	24000	26000	Rumah Tangga
6.	Khusaini	55	25000	26000	Rumah Tangga
7.	Ainul	40	24500	26000	Rumah Tangga
8.	Fatkhul	32	24500	26000	Rumah Tangga
9.	Zainul M.	21	25000	26000	Rumah Tangga

Lampiran A5. Data Identitas Pedagang Pasar Ikan Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Umur (Tahun)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Tujuan Pemasaran
1.	H. Janat	42	25000	26000	Rumah Tangga
2.	H. War	47	24500	26000	Rumah Tangga
3.	Turkan	45	25000	26000	Rumah Tangga
4.	H. Thoyyibah	48	24500	26000	Rumah Tangga
5.	Miatin	44	25000	26000	Rumah Tangga

Lampiran B1. Saluran Pemasaran I (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pasar Ikan – Rumah Tangga)

No.	Petambak	Harga Jual (Rp/Kg)	Pedagang Pengumpul	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Es (Rp/Kg)	Biaya TK (Rp/Kg)
1.	H. Bambang S.	23000	H. Suharsono	25000	10000	13,00	90,00	20,00
2.	Amat S.A	22000	Edi	24500	4500	13,33	88,00	44,44
3.	H. Ulul Arkham	22000	Edi	24500	6200	12,90	90,00	32,26
4.	Markasan	23000	H. Suharsono	25000	5700	14,03	82,10	35,09
5.	Sidik	23000	Icuk	25000	10200	12,74	88,23	19,61
6.	Suandrik	23000	H. Suharsono	25000	2000	15,00	63,00	100,00
7.	Sutopo	23000	H. Suharsono	25000	2500	16,00	64,80	80,00
8.	Abdillah	23000	H. Suharsono	25000	2000	15,00	63,00	100,00
9.	H. Sukisman	23000	Icuk	25000	4100	14,63	83,41	48,78
10.	H. Nanang Sh.	22000	Edi	24500	9500	12,63	75,78	21,05
11.	H. Syaifudin	23000	Icuk	25000	6700	13,43	83,28	29,85
12.	H. Aminudin	22000	Edi	24500	5500	12,72	81,81	36,36
13.	M. Nurul Huda	22000	Hudi	24500	3500	14,28	61,71	57,14
14.	Abdullah	22000	Edi	24500	1700	17,64	63,52	117,65
15.	Qowiyuddin	23000	Misto	25000	2500	16,00	64,80	80,00
16.	H. Husin A.	23000	H. Suharsono	25000	2500	16,00	64,80	80,00
17.	H. Shalihin	22000	Edi	24500	5500	12,72	81,81	36,36
18.	Syamsudin	23000	Misto	25000	2000	15,00	63,00	100,00
19.	Ulumudin	22000	Hudi	24500	5000	14,00	79,20	40,00
20.	Marikan	22000	Hudi	24500	3200	12,50	84,37	62,50
21.	H. Supratno	23000	Icuk	25000	3000	13,33	72,00	66,67
22.	H. Ali Zaini	23000	Misto	25000	2000	15,00	72,00	100,00
23.	H. Nur Qomari	22000	Hudi	24500	5500	12,72	81,81	36,36
24.	H. Maksum	23000	Misto	25000	2000	15,00	72,00	100,00
25.	Masyhudi K.	22000	Hudi	24500	5000	14,00	79,20	40,00
Jumlah		564000		619500	112300	353,60	1893,63	1484,13
Rata-rata		22560		24780,00	4492,00	14,14	75,75	59,37

Lanjutan Lampiran B1. Saluran Pemasaran I (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pasar Ikan – Konsumen)

No.	Pedagang Pasar Ikan	Harga Jual (Rp/kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Biaya Kemasan (Rp/Kg)	Biaya Es (Rp/Kg)	Biaya Retribusi (Rp/Kg)
1.	H. Janat	26000	300	33,33	253,33	16,67
2.	H. War	26000	200	50,00	285,00	25,00
3.	H. War	26000	200	50,00	285,00	25,00
4.	H. Janat	26000	300	33,33	253,33	16,67
5.	Turkan	26000	250	40,00	228,00	20,00
6.	H. Janat	26000	300	33,33	253,33	16,67
7.	H. Janat	26000	300	33,33	253,33	16,67
8.	H. Janat	26000	300	33,33	253,33	16,67
9.	Turkan	26000	250	40,00	228,00	20,00
10.	H. War	26000	200	50,00	285,00	25,00
11.	Turkan	26000	250	40,00	228,00	20,00
12.	H. War	26000	200	50,00	285,00	25,00
13.	H. Thoyyibah	26000	200	50,00	285,00	25,00
14.	H. War	26000	200	50,00	285,00	25,00
15.	Miatin	26000	150	66,67	253,33	33,33
16.	H. Janat	26000	300	33,33	253,33	16,67
17.	H. War	26000	200	50,00	285,00	25,00
18.	Miatin	26000	150	66,67	253,33	33,33
19.	H. Thoyyibah	26000	200	50,00	285,00	25,00
20.	H. Thoyyibah	26000	200	50,00	285,00	25,00
21.	Turkan	26000	250	40,00	22800	20,00
22.	Miatin	26000	150	66,67	253,33	33,33
23.	H. Thoyyibah	26000	200	50,00	285,00	25,00
24.	Miatin	26000	150	66,67	253,33	33,33
25.	H. Thoyyibah	26000	200	50,00	285,00	25,00
Jumlah		650000	5600	1176,67	6580,30	588,33
Rata-rata		26000,00	224,00	47,07	263,21	23,53

Lampiran B2. Saluran Pemasaran II (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar Desa – Pedagang Pengecer – Rumah Tangga)

No.	Petambak	Harga Jual (Rp/Kg)	Pedagang Pengumpul	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Es (Rp/Kg)	Biaya TK (Rp/Kg)	Pedagang Besar Desa	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)
1.	H. Bambang S.	23000	H. Suharsono	24000	10000	13,00	90,00	20,00	Anil	25000	1000
2.	Amat S.A	22000	Edi	23000	4500	13,33	88,00	44,44	Nur Kasan	24500	700
3.	H. Ulul Arkham	22000	Edi	23000	6200	12,90	90,00	32,26	Nur Kasan	24500	700
4.	H. M. Thohir	22000	Miskan	23000	11000	12,72	90,00	18,18	Hurin	24500	550
5.	M. Yasak	23000	H. Budi	24000	4000	10,00	90,00	50,00	Sutopo	25000	600
6.	Markasan	23000	H. Suharsono	24000	5700	14,03	82,10	35,09	Anil	25000	1000
7.	Suparno	22000	Udin	23000	4500	15,55	88,00	44,44	Munawaroh	24500	450
8.	Sidik	23000	Icuk	24000	10200	12,74	88,23	19,61	H. Tin	25000	500
9.	Suandrik	23000	H. Suharsono	24000	2000	15,00	63,00	100,00	Anil	25000	1000
10.	Sutopo	23000	H. Suharsono	24000	2500	16,00	64,80	80,00	Anil	25000	1000
11.	Abdillah	23000	H. Suharsono	24000	2000	15,00	63,00	100,00	Anil	25000	1000
12.	H. Sukisman	23000	Icuk	24000	4100	14,63	83,41	48,78	H. Tin	25000	500
13.	M. Nadhor Al Isra	23000	H. Budi	24000	2200	13,63	65,45	90,91	Sutopo	25000	600
14.	Isa Busthomi	22000	Udin	23000	4500	15,55	80,00	44,44	Munawaroh	24500	450
15.	H. Nanang Sh.	22000	Edi	23000	9500	12,63	75,78	21,05	Nur Kasan	24500	700
16.	H. Syaifudin	23000	Icuk	24000	6700	13,43	83,28	29,85	H. Tin	25000	500
17.	H. Aminudin	22000	Edi	23000	5500	12,72	81,81	36,36	Nur Kasan	24500	700
18.	M. Nurul Huda	22000	Hudi	23000	3500	14,28	61,71	57,14	Indra	24500	400
19.	H. Fuad Rasyidi	23000	H. Budi	24000	4100	14,63	87,80	48,78	Sutopo	25000	600
20.	M. Tauhid	23000	H. Budi	24000	2000	15,00	72,00	100,00	Sutopo	25000	600
21.	H. Isa Anshari	22000	Udin	23000	2300	13,04	78,26	86,96	Munawaroh	24500	450
22.	Abdullah	22000	Edi	23000	1700	17,64	63,52	117,65	Nur Kasan	24500	700
23.	Qowiyuddin	23000	Misto	24000	2500	16,00	64,80	80,00	Anil	25000	1000
24.	Ihsanuddin	22000	Miskan	23000	2000	15,00	72,00	100,00	Hurin	24500	550
25.	H. Shalihan	22000	Miskan	23000	2000	15,00	72,00	100,00	Hurin	24500	550
26.	H. Husin A.	23000	H. Suharsono	24000	2500	16,00	64,80	80,00	Anil	25000	1000
27.	H. Shalihin	22000	Edi	23000	5500	12,72	81,81	36,36	Nur Kasan	24500	700
28.	Syamsudin	23000	Misto	24000	2000	15,00	63,00	100,00	Anil	25000	1000

Lanjutan Lampiran B2. Saluran Pemasaran II (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar Desa – Pedagang Pengecer – Rumah Tangga)

No.	Petambak	Harga Jual (Rp/Kg)	Pedagang Pengumpul	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Es (Rp/Kg)	Biaya TK (Rp/Kg)	Pedagang Besar Desa	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)
29.	Ulumudin	22000	Hudi	23000	5000	14,00	79,20	40,00	Indra	24500	400
30.	Ahmadun	22000	Udin	23000	5500	12,72	81,81	36,36	Munawaroh	24500	450
31.	Ahmad Khozin	22000	Miskan	23000	2000	15,00	72,00	100,00	Hurin	24500	550
32.	Marikan	22000	Hudi	23000	3200	12,50	84,37	62,50	Indra	24500	400
33.	H. Supratno	23000	Icuk	24000	3000	13,33	72,00	66,67	H. Tin	25000	500
34.	H. Ali Zaini	23000	Misto	24000	2000	15,00	72,00	100,00	Anil	25000	1000
35.	H. Nur Qomari	22000	Hudi	23000	5500	12,72	81,81	36,36	Indra	24500	400
36.	H. Maksum	23000	Misto	24000	2000	15,00	72,00	100,00	Anil	25000	1000
37.	Masyhudi K.	22000	Hudi	23000	5000	14,00	79,20	40,00	Indra	24500	400
Jumlah		832000		869000	158400	521,44	2842,95	2304,21		915500	24600
Rata-rata		22486,49		23486,49	4281,08	14,09	76,84	62,28		24743,24	664,86

Lanjutan Lampiran B2. Saluran Pemasaran II (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar Desa – Pedagang Pengecer – Rumah Tangga)

No.	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya TK (Rp/Kg)	Biaya Es (Rp/Kg)	Pedagang Pengecer	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Kemasan (Rp/Kg)	Biaya Es (Rp/Kg)
1.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
2.	100,00	142,85	271,42	Ismawati	26000	25	200,00	120,00	180,00
3.	100,00	142,85	271,42	Ismawati	26000	25	200,00	120,00	180,00
4.	109,09	181,81	276,00	Sati'a	26000	30	166,67	100,00	150,00
5.	100,00	166,67	285,00	Sati'a	26000	30	166,67	100,00	150,00
6.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
7.	111,11	222,22	253,33	Supardi	26000	20	250,00	150,00	225,00
8.	100,00	200,00	266,00	Supardi	26000	20	250,00	150,00	225,00
9.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
10.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
11.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
12.	100,00	200,00	266,00	Supardi	26000	20	250,00	150,00	225,00
13.	100,00	166,67	285,00	Sati'a	26000	30	166,67	100,00	150,00
14.	111,11	222,22	253,33	Supardi	26000	20	250,00	150,00	225,00
15.	100,00	142,85	271,42	Ismawati	26000	25	200,00	120,00	180,00
16.	100,00	200,00	266,00	Supardi	26000	20	250,00	150,00	225,00
17.	100,00	142,85	271,42	Ismawati	26000	25	200,00	120,00	180,00
18.	100,00	250,00	285,00	Rokamsa	26000	15	333,33	200,00	300,00
19.	100,00	166,67	285,00	Sati'a	26000	30	166,67	100,00	150,00
20.	100,00	166,67	285,00	Sati'a	26000	30	166,67	100,00	150,00
21.	111,11	222,22	253,33	Supardi	26000	20	250,00	150,00	225,00
22.	100,00	142,85	271,42	Ismawati	26000	25	200,00	120,00	180,00
23.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
24.	109,09	181,81	276,00	Sati'a	26000	30	166,67	100,00	150,00
25.	109,09	181,81	276,00	Sati'a	26000	30	166,67	100,00	150,00
26.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
27.	100,00	142,85	271,42	Ismawati	26000	25	200,00	120,00	180,00
28.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
29.	100,00	250,00	285,00	Rokamsa	26000	15	333,33	200,00	300,00

Lanjutan Lampiran B2. Saluran Pemasaran II (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar Desa – Pedagang Pengecer – Rumah Tangga)

No.	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya TK (Rp/Kg)	Biaya Es (Rp/Kg)	Pedagang Pengecer	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Kemasan (Rp/Kg)	Biaya Es (Rp/Kg)
30.	111,11	222,22	253,33	Supardi	26000	20	250,00	150,00	225,00
31.	109,09	181,81	276,00	Sati'a	26000	30	166,67	100,00	150,00
32.	100,00	250,00	285,00	Rokamsa	26000	15	333,33	200,00	300,00
33.	100,00	200,00	266,00	Supardi	26000	20	250,00	150,00	225,00
34.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
35.	100,00	250,00	285,00	Rokamsa	26000	15	333,33	200,00	300,00
36.	100,00	100,00	266,00	H. Kambali	26000	35	142,86	85,71	128,57
37.	100,00	250,00	285,00	Rokamsa	26000	15	333,33	200,00	300,00
	3780,80	6189,90	10034,84		962000	975	7628,57	4577,14	6865,71
	102,18	167,29	271,21		26000,00	26,35	206,18	123,71	185,56

Lampiran B3. Saluran Pemasaran III (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Rumah Tangga)

No.	Petambak	Harga Jual (Rp/Kg)	Pedagang Pengumpul	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Es (Rp/Kg)	Biaya TK (Rp/Kg)
1.	H. Bambang	23000	H. Suharsono	25000	10000	13,00	90,00	20.00
2.	Amat S.A	22000	Edi	24500	4500	13,33	88,00	44.44
3.	H. Ulul Arkham	22000	Edi	24500	6200	12,90	90,00	32.26
4.	H. M. Thohir	22000	Miskan	24500	11000	12,72	90,00	18.18
5.	Markasan	23000	H. Suharsono	25000	5700	14,03	82,10	35.09
6.	Sidik	23000	Icuk	25000	10200	12,74	88,23	19.61
7.	Suandrik	23000	H. Suharsono	25000	2000	15,00	63,00	100.00
8.	Sutopo	23000	H. Suharsono	25000	2500	16,00	64,80	80.00
9.	Abdillah	23000	H. Suharsono	25000	2000	15,00	63,00	100.00
10.	H. Sukisman	23000	Icuk	25000	4100	14,63	83,41	48.78
11.	H. Nanang Sh.	22000	Edi	24500	9500	12,63	75,78	21.05
12.	H. Syaifudin	23000	Icuk	25000	6700	13,43	83,28	29.85
13.	H. Aminudin	22000	Edi	24500	5500	12,72	81,81	36.36
14.	Abdullah	22000	Edi	24500	1700	17,64	63,52	117.65
15.	Ihsanuddin	22000	Miskan	24500	2000	15,00	72,00	100.00
16.	H. Shalihan	22000	Miskan	24500	2000	15,00	72,00	100.00
17.	H. Husin A.	23000	H. Suharsono	25000	2500	16,00	64,80	80.00
18.	H. Shalihin	22000	Edi	24500	5500	12,72	81,81	36.36
19.	Ahmad Khozin	22000	Miskan	24500	2000	15,00	72,00	100.00
20.	H. Supratno	23000	Icuk	25000	3000	13,33	72,00	66.67
Jumlah		450000		495000	98600	282,82	1541,54	1186,30
Rata-rata		22500		24750	4930	14,14	77,08	59,32

Lampiran B3. Saluran Pemasaran III (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Rumah Tangga)

No.	Pedagang Pengecer	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Kemasan (Rp/Kg)
1.	Khusaini	26000	20	250,00	150,00
2.	Ainul	26000	15	333,33	200,00
3.	Ainul	26000	15	333,33	200,00
4.	Fatkhul M.	26000	25	200,00	120,00
5.	Khusaini	26000	20	250,00	150,00
6.	Zainul M.	26000	10	500,00	300,00
7.	Khusaini	26000	20	250,00	150,00
8.	Khusaini	26000	20	250,00	150,00
9.	Khusaini	26000	20	250,00	150,00
10.	Zainul M.	26000	10	500,00	300,00
11.	Ainul	26000	15	333,33	200,00
12.	Zainul M.	26000	10	500,00	300,00
13.	Ainul	26000	15	333,33	200,00
14.	Ainul	26000	15	333,33	200,00
15.	Fatkhul M.	26000	25	200,00	120,00
16.	Fatkhul M.	26000	25	200,00	120,00
17.	Khusaini	26000	20	250,00	150,00
18.	Ainul	26000	15	333,33	200,00
19.	Fatkhul M.	26000	25	200,00	120,00
20.	Zainul M.	26000	10	500,00	300,00
Jumlah		520000	350	6300,00	3780,00
Rata-rata		26000	18	315,00	189,00

Lampiran C. Persentase Jumlah Petambak yang Terdistribusi pada Keempat Saluran Pemasaran Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Saluran Pemasaran	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Petambak - Pedagang Pengumpul – Pedagang Pasar Ikan – Rumah Tangga	25	30,49
2.	Petambak - Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar Desa - Pedagang Pengecer – Rumah Tangga	37	45,12
3.	Petambak - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer – Rumah Tangga	20	24,39
Jumlah		82	100,00

Lampiran D1. Analisis Margin Pemasaran Bandeng pada Saluran Pemasaran I (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pasar Ikan – Rumah Tangga)

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		μ/c
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1.	Petambak	22560	86,77				
2.	Pedagang Pengumpul						
	a. Harga Beli	22560					
	b. Biaya Tenaga Kerja	59,37		0,23		1,73	
	c. Biaya Transportasi	14,14		0,06		0,41	
	d. Biaya Es	75,75		0,29		2,20	
	e. Harga Jual	24780					
	f. Keuntungan	2070,74	7,96		60,20		13,87
3.	Pedagang Pasar Ikan						
	a. Harga Beli	24780					
	b. Biaya Kemasan	47,07		0,18		1,37	
	c. Biaya Es	263,21		1,01		7,65	
	d. Biaya Retribusi	23,53		0,09		0,68	
	e. Harga Jual	26000					
	f. Keuntungan	886,19	3,41		25,76		2,65
4.	Konsumen (Rumah Tangga)	26000					
Margin Pemasaran		3440,00	98,14	1,86	85,96	14,04	
Total			100		100		

- Margin Pemasaran = Pr – Pf
= 26000 – 22560
= 3440

1. Petambak

a. Share (%)

$$\begin{aligned} \text{Ski} &= (\text{Ki}/\text{Pr}) * 100\% \\ &= (22560/26000) * 100\% = 86,77\% \end{aligned}$$

2. Pedagang Pengumpul

a. Share (%)

Ski	= $(K_i/Pr) * 100\%$	
	= $(2070,74/26000) * 100\%$	= 7,96%
Sbi	= $(B_i/Pr) * 100\%$	
B. Tenaga Kerja	= $(59,37/26000) * 100$	= 0,23%
B. Transportasi	= $(14,14/26000) * 100$	= 0,06%
B. Es	= $(75,75/26000) * 100$	= 0,29%

b. Distribusi Margin (DM)

Ski	= $(K_i/MP) * 100\%$	
	= $(2070,74/3440) * 100\%$	= 60,20%
Sbi	= $B_i/MP * 100\%$	
B. Tenaga Kerja	= $(59,37/3440) * 100\%$	= 1,73%
B. Transportasi	= $(14,14/3440) * 100\%$	= 0,41%
B. Es	= $(75,75/3440 * 100\%$	= 2,20%

3. Pedagang Pasar Ikan

a. Share (%)

Ski	= $(K_i/Pr) * 100\%$	
	= $(886,19/26000) * 100$	= 3,41%
Sbi	= $(B_i/Pr) * 100\%$	
B. Kemasan	= $(47,07/26000) * 100$	= 0,18%
B. Es	= $(263,21/26000) * 100$	= 1,01%
B. Retribusi	= $(23,53/26000) * 100$	= 0,09%

b. Distribusi Margin (DM)

Ski	= $(K_i/MP) * 100\%$	
	= $(886,19/3440) * 100\%$	= 25,76%
Sbi	= $B_i/MP * 100\%$	
B. Kemasan	= $(47,07/3440) * 100$	= 1,37%
B. Es	= $(263,21/3440) * 100$	= 7,65%
B. Retribusi	= $(23,53/3440) * 100$	= 0,68%

Lampiran D2. Analisis Margin Pemasaran Bandeng pada Saluran Pemasaran II (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar Desa - Pedagang Pengecer – Rumah Tangga)

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		μ/c
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1.	Petambak	22486,49	86,49				
2.	Pedagang Pengumpul						
	a. Harga Beli	22486,49					
	b. Biaya Tenaga Kerja	62,28		0,24		1,77	
	c. Biaya Transportasi	14,09		0,05		0,40	
	d. Biaya Es	76,84		0,30		2,19	
	e. Harga Jual	23486,49					
	f. Keuntungan	846,79	3,26		24,10		5,53
3.	Pedagang Besar Desa						
	a. Harga Beli	23486,49					
	b. Biaya Tenaga Kerja	167,29		0,64		4,76	
	c. Biaya Transportasi	102,18		0,39		2,91	
	d. Biaya Es	271,21		1,04		7,72	
	e. Harga Jual	24743,24					
	f. Keuntungan	459,32	2,75		20,38		1,32
4.	Pedagang Pengecer						
	a. Harga Beli	24743,24					
	b. Biaya Transportasi	206,18		0,79		5,87	
	c. Biaya Es	185,56		0,71		5,28	
	d. Biaya Kemasan	123,71		0,48		3,52	
	e. Harga Jual	26000,00					
	f. Keuntungan	741,31	2,85		21,10		1,44
5.	Konsumen	26000,00					
	Marjin Pemasaran	3513,51	95,35	4,65	65,58	34,42	
	Total			100		100	

- Marjin Pemasaran = $Pr - Pf$
= $26000,00 - 22486,49$
= $3513,51$

1. Petambak

a. Share (%)

Ski

= $(Ki/Pr) * 100\%$

= $(22486,49/26000) * 100\% = 86,49\%$

2. Pedagang Pengumpul

b. Share (%)

Ski

= $(Ki/Pr) * 100\%$

= $(846,79/26000) * 100\% = 3,26\%$

Sbi

= $(Bi/Pr) * 100\%$

B. Tenaga Kerja

= $(62,28/26000) * 100$

= $0,24\%$

$$\begin{aligned} \text{B. Transportasi} &= (14,09/26000) * 100 &= 0,05\% \\ \text{B. Es} &= (76,84/26000) * 100 &= 0,30\% \end{aligned}$$

c. Distribusi Margin (DM)

$$\begin{aligned} \text{Ski} &= (\text{Ki}/\text{MP}) * 100\% \\ &= (846,79/3513,51) * 100\% &= 24,10\% \\ \text{Sbi} &= (\text{Bi}/\text{MP}) * 100\% \\ \text{B. Tenaga Kerja} &= (62,28/3513,51) * 100\% &= 1,77\% \\ \text{B. Transportasi} &= (14,09/3513,51) * 100\% &= 0,40\% \\ \text{B. Es} &= (76,84/3513,51) * 100\% &= 2,19\% \end{aligned}$$

3. Pedagang Besar Desa

a. Share (%)

$$\begin{aligned} \text{Ski} &= (\text{Ki}/\text{Pr}) * 100\% \\ &= (716,07/26000) * 100 &= 2,75\% \\ \text{Sbi} &= (\text{Bi}/\text{Pr}) * 100\% \\ \text{B. Tenaga Kerja} &= (167,29/26000) * 100 &= 0,64\% \\ \text{B. Transportasi} &= (102,18/26000) * 100 &= 0,39\% \\ \text{B. Es} &= (271,21/26000) * 100 &= 1,04\% \end{aligned}$$

b. Distribusi Margin (DM)

$$\begin{aligned} \text{Ski} &= (\text{Ki}/\text{MP}) * 100\% \\ &= (459,32/3513,51) * 100\% &= 20,38\% \\ \text{Sbi} &= (\text{Bi}/\text{MP}) * 100\% \\ \text{B. Tenaga Kerja} &= (167,29/3513,51) * 100 &= 4,76\% \\ \text{B. Transportasi} &= (102,18/3513,51) * 100 &= 2,91\% \\ \text{B. Es} &= (271,21/3513,51) * 100 &= 7,72\% \end{aligned}$$

1. Pedagang Pengecer

a. Share (%)

$$\begin{aligned} \text{Ski} &= (\text{Ki}/\text{Pr}) * 100\% \\ &= (741,31/26000) * 100 &= 2,85\% \\ \text{Sbi} &= (\text{Bi}/\text{Pr}) * 100\% \\ \text{B. Transportasi} &= (206,18/26000) * 100 &= 0,79\% \\ \text{B. Es} &= (185,56/26000) * 100 &= 0,71\% \\ \text{B. Kemasan} &= (123,71/26000) * 100\% &= 0,48\% \end{aligned}$$

b. Distribusi Margin (DM)

$$\text{Ski} = (\text{Ki}/\text{MP}) * 100\%$$

$$= (741,31/3513,51) * 100\% = 21,10\%$$

$$\text{Sbi} = \text{Bi}/\text{MP} * 100\%$$

$$\text{B. Transportasi} = (206,18/3513,51) * 100 = 5,87\%$$

$$\text{B. Es} = (185,56/3513,51) * 100 = 5,28\%$$

$$\text{B. Kemasan} = (123,71/3513,51) * 100 = 3,52\%$$

Lampiran D3. Analisis Margin Pemasaran Bandeng pada Saluran Pemasaran III (Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Rumah Tangga)

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		μ/c
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1.	Petambak	22500	86,54				
2.	Pedagang Pengumpul						
	a. Harga Beli	22500					
	b. Biaya Tenaga Kerja	59,32		0,23		1,69	
	c. Biaya Transportasi	14,14		0,05		0,40	
	d. Biaya Es	77,08		0,30		2,20	
	e. Harga Jual	24750					
	f. Keuntungan	2099,46	8,07		59,98		13,95
3.	Pedagang Pengecer						
	a. Harga Beli	24750					
	b. Biaya Transportasi	315,00		1,21		9,00	
	d. Biaya Kemasan	189,00		0,73		5,40	
	e. Harga Jual	26000					
	f. Keuntungan	746,00	2,87		21,31		1,48
4.	Konsumen	26000					
Margin Pemasaran		3500	97,48	2,52	81,30	18,70	
Total				100		100	

- Margin Pemasaran = $\text{Pr} - \text{Pf}$
= $26000 - 22500$
= 3500
- 1. Petambak
 - a. Share (%)
 - Ski = $(\text{Ki}/\text{Pr}) * 100\%$
= $(22500/26000) * 100\% = 86,54\%$
- 2. Pedagang Pengumpul
 - a. Share (%)
 - Ski = $(\text{Ki}/\text{Pr}) * 100\%$
= $(2099,46/26000) * 100\% = 8,07\%$
 - Sbi = $(\text{Bi}/\text{Pr}) * 100\%$

B. Tenaga Kerja	$= (59,32/26000) * 100$	$= 0,23\%$
B. Transportasi	$= (14,14/26000) * 100$	$= 0,05\%$
B. Es	$= (77,08/26000) * 100$	$= 0,30\%$

b. Distribusi Margin (DM)

Ski	$= (Ki/MP) * 100\%$	
	$= (2099,46/3500) * 100\%$	$= 59,98\%$
Sbi	$= Bi/MP * 100\%$	
B. Tenaga Kerja	$= (59,32/3500) * 100\%$	$= 1,69\%$
B. Transportasi	$= (14,14/3500) * 100\%$	$= 0,40\%$
B. Es	$= (77,08/3500) * 100\%$	$= 2,20\%$

3. Pedagang Pengecer

a. Share (%)

Ski	$= (Ki/Pr) * 100\%$	
	$= (746,00/26000) * 100$	$= 2,87\%$
Sbi	$= (Bi/Pr) * 100\%$	
B. Transportasi	$= (315,00/26000) * 100$	$= 1,21\%$
B. Kemasan	$= (189,00/26000) * 100$	$= 0,73\%$

b. Distribusi Margin (DM)

Ski	$= (Ki/MP) * 100\%$	
	$= (746,00/3500) * 100\%$	$= 21,31\%$
Sbi	$= Bi/MP * 100\%$	
B. Transportasi	$= (315,00/3500) * 100$	$= 9,00\%$
B. Kemasan	$= (189,00/3500) * 100$	$= 5,40\%$

Lampiran E. Perbedaan Marjin Pemasaran pada Masing-masing Saluran Pemasaran Bandeng

No.	Saluran Pemasaran	Marjin Pemasaran
1.	Petambak - Pedagang Pengumpul – Pedagang Pasar Ikan – Rumah Tangga	3440,00
2.	Petambak - Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar Desa - Pedagang Pengecer – Rumah Tangga	3513,51
3.	Petambak - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer – Rumah Tangga	3500,00

Lampiran F. Nilai Efisiensi pada Masing-masing Saluran Pemasaran Bandeng

No.	Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Total Nilai Produk (Rp/Kg)	MP	Efisiensi Pemasaran (%)
1.	Petambak – P. Pengumpul – P. Pasar Ikan – Rumah Tangga	483,07	26000	3440,00	1,86
2.	Petambak – P. Pengumpul – P. Besar Desa – P. Pengecer – Rumah Tangga	1209,34	26000	3513,51	4,65
3.	Petambak – P. Pengumpul – P. Pengecer – Rumah Tangga	654,54	26000	3500,00	2,52

Lampiran G. Data Responden Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Jumlah Keluarga	Luas Lahan (Ha)		Total (Ha)	Produksi (Kg)
			Milik	Sewa		
1.	H. Bambang S.	4	11		11	11000
2.	Amat S.A	7	5		5	5500
3.	H. Ulul Arkham	5	9		9	10000
4.	H. M. Thohir	4	16		16	15500
5.	M. Yasak	3		3	3	4700
6.	Markasan	4		7	7	8700
7.	Suparno	4		6	6	7000
8.	Sidik	4		14	14	14000
9.	Suandrik	3		2	2	2500
10.	Sutopo	5		2,5	2,5	3000
11.	Abdillah	3		2,5	2,5	2800
12.	H. Sukisman	4		6	6	6800
13.	M. Nadhor Al Isra	3		2	2	3000
14.	Isa Busthomi	4		6	6	6700
15.	H. Nanang Sh.	4		12	12	13000
16.	H. Syaifudin	3	8		8	9000
17.	H. Aminudin	3	6		6	7000
18.	M. Nurul Huda	4		4	4	5000
19.	H. Fuad Rasyidi	4	6		6	7100
20.	M. Tauhid	2	2		2	3000
21.	H. Isa Anshari	4	3		3	3900
22.	Abdullah	3	2		2	2000
23.	Qowiyuddin	4		2,5	2,5	3000
24.	Ihsanuddin	3	2		2	2500
25.	H. Shalihan	4	2,5		2,5	3000
26.	H. Husin A.	5	3		3	3500
27.	H. Shalihin	3	7		7	8000
28.	Syamsudin	2	2		2	2000
29.	Ulumudin	2	6		6	6200
30.	Ahmadun	3	6		6	7000
31.	Ahmad Khozin	4	2		2	2500
32.	Marikan	4	3		3	4000
33.	H. Supratno	3	3		3	4700
34.	H. Ali Zaini	2	2		2	2300
35.	H. Nur Qomari	3	11		11	12000
36.	H. Maksum	4	2		2	2200
37.	Masyhudi K.	3	7		7	8000
Total					196	222100
Rata-rata <5					2,47	3136,84
Rata-rata 5-10					6,54	7461,54
Rata-rata 11-20					12,80	13100,00

Lampiran H. Biaya Benih Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas (Ha)	Benih (Rean/Ha)	Biaya (Rp)	Total (Rp)
1.	H. Bambang S.	11	1	2000000	22000000
2.	Amat S.A	5	1	2000000	10000000
3.	H. Ulul Arkham	9	1	2000000	18000000
4.	H. M. Thohir	16	1	2000000	32000000
5.	M. Yasak	3	1	2000000	6000000
6.	Markasan	7	1	2000000	14000000
7.	Suparno	6	1	2000000	12000000
8.	Sidik	14	1	2000000	28000000
9.	Suandrik	2	1	2000000	4000000
10.	Sutopo	2,5	1	2000000	5000000
11.	Abdillah	2,5	1	2000000	5000000
12.	H. Sukisman	6	1	2000000	12000000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	1	2000000	4000000
14.	Isa Busthomi	6	1	2000000	12000000
15.	H. Nanang Sh.	12	1	2000000	24000000
16.	H. Syaifudin	8	1	2000000	16000000
17.	H. Aminudin	6	1	2000000	12000000
18.	M. Nurul Huda	4	1	2000000	8000000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	1	2000000	12000000
20.	M. Tauhid	2	1	2000000	4000000
21.	H. Isa Anshari	3	1	2000000	6000000
22.	Abdullah	2	1	2000000	4000000
23.	Qowiyuddin	2,5	1	2000000	5000000
24.	Ihsanuddin	2	1	2000000	4000000
25.	H. Shalihan	2,5	1	2000000	5000000
26.	H. Husin A.	3	1	2000000	6000000
27.	H. Shalihin	7	1	2000000	14000000
28.	Syamsudin	2	1	2000000	4000000
29.	Ulumudin	6	1	2000000	12000000
30.	Ahmadun	6	1	2000000	12000000
31.	Ahmad Khozin	2	1	2000000	4000000
32.	Marikan	3	1	2000000	6000000
33.	H. Supratno	3	1	2000000	6000000
34.	H. Ali Zaini	2	1	2000000	4000000
35.	H. Nur Qomari	11	1	2000000	22000000
36.	H. Maksum	2	1	2000000	4000000
37.	Masyhudi K.	7	1	2000000	14000000
Total		196	37	74000000	392000000
Rata-rata <5		2,47	1	2000000	4947368,42
Rata-rata 5-10		6,54	1	2000000	13076923,08
Rata-rata 11-20		12,8	1	2000000	25600000,00

Lampiran I. Biaya Pupuk petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas (Ha)	Kebutuhan Pupuk				Harga Pupuk		Total (Rp)
			Urea		TSP		Urea	TSP	
			Kg	Rp/kg	Kg	Rp/kg			
1.	H. Bambang S.	11	900	2100	500	2200	1890000	1100000	2990000
2.	Amat S.A	5	400	2100	200	2200	840000	440000	1280000
3.	H. Ulul Arkham	9	1200	2100	400	2200	2520000	880000	3400000
4.	H. M. Thohir	16	1300	2100	900	2200	2730000	1980000	4710000
5.	M. Yasak	3	250	2100	150	2200	525000	330000	855000
6.	Markasan	7	400	2100	200	2200	840000	440000	1280000
7.	Suparno	6	500	2100	250	2200	1050000	550000	1600000
8.	Sidik	14	1200	2100	700	2200	2520000	1540000	4060000
9.	Suandrik	2	200	2100	100	2200	420000	220000	640000
10.	Sutopo	2,5	250	2100	100	2200	525000	220000	745000
11.	Abdillah	2,5	250	2100	100	2200	525000	220000	745000
12.	H. Sukisman	6	500	2100	250	2200	1050000	550000	1600000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	200	2100	100	2200	420000	220000	640000
14.	Isa Busthomi	6	550	2100	250	2200	1155000	550000	1705000
15.	H. Nanang Sh.	12	1000	2100	500	2200	2100000	1100000	3200000
16.	H. Syaifudin	8	700	2100	300	2200	1470000	660000	2130000
17.	H. Aminudin	6	500	2100	300	2200	1050000	660000	1710000
18.	M. Nurul Huda	4	350	2100	200	2200	735000	440000	1175000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	550	2100	300	2200	1155000	660000	1815000
20.	M. Tauhid	2	200	2100	100	2200	420000	220000	640000
21.	H. Isa Anshari	3	250	2100	150	2200	525000	330000	855000
22.	Abdullah	2	200	2100	100	2200	420000	220000	640000
23.	Qowiyuddin	2,5	250	2100	150	2200	525000	330000	855000
24.	Ihsanuddin	2	200	2100	100	2200	420000	220000	640000
25.	H. Shalihan	2,5	250	2100	200	2200	525000	440000	965000
26.	H. Husin A.	3	250	2100	150	2200	525000	330000	855000
27.	H. Shalihin	7	400	2100	250	2200	840000	550000	1390000
28.	Syamsudin	2	200	2100	150	2200	420000	330000	750000
29.	Ulumudin	6	500	2100	300	2200	1050000	660000	1710000
30.	Ahmadun	6	550	2100	250	2200	1155000	550000	1705000
31.	Ahmad Khozin	2	200	2100	150	2200	420000	330000	750000
32.	Marikan	3	250	2100	150	2200	525000	330000	855000
33.	H. Supratno	3	250	2100	200	2200	525000	440000	965000
34.	H. Ali Zaini	2	200	2100	100	2200	420000	220000	640000
35.	H. Nur Qomari	11	900	2100	500	2200	1890000	1100000	2990000
36.	H. Maksum	2	200	2100	100	2200	420000	220000	640000
37.	Masyhudi K.	7	400	2100	250	2200	840000	550000	1390000
Total		196	16850	77700	9150	81400	35385000	20130000	55515000
Rata-rata <5		2,47	231,58	2100	134,21	2200	486315,78	295263,15	781578,94
Rata-rata 5-10		6,54	550	2100	269,23	2200	1155000	592307,69	1747307,69
Rata-Rata 11-20		12,80	1060	2100	620,00	2200	2226000	1364000	3590000

Lampiran J. Biaya Obat Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas	Kebutuhan Obat		Harga Obat	Total
			Kg	Rp/Kg		
1.	H. Bambang S.	11	220	10000	2200000	2200000
2.	Amat S.A	5	100	10000	1000000	1000000
3.	H. Ulul Arkham	9	180	10000	1800000	1800000
4.	H. M. Thohir	16	320	10000	3200000	3200000
5.	M. Yasak	3	60	10000	600000	600000
6.	Markasan	7	140	10000	1400000	1400000
7.	Suparno	6	120	10000	1200000	1200000
8.	Sidik	14	280	10000	2800000	2800000
9.	Suandrik	2	40	10000	400000	400000
10.	Sutopo	2.5	50	10000	500000	500000
11.	Abdillah	2.5	50	10000	500000	500000
12.	H. Sukisman	6	120	10000	1200000	1200000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	40	10000	400000	400000
14.	Isa Busthomi	6	120	10000	1200000	1200000
15.	H. Nanang Sh.	12	240	10000	2400000	2400000
16.	H. Syaifudin	8	160	10000	1600000	1600000
17.	H. Aminudin	6	120	10000	1200000	1200000
18.	M. Nurul Huda	4	80	10000	800000	800000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	120	10000	1200000	1200000
20.	M. Tauhid	2	40	10000	400000	400000
21.	H. Isa Anshari	3	60	10000	600000	600000
22.	Abdullah	2	40	10000	400000	400000
23.	Qowiyuddin	2.5	50	10000	500000	500000
24.	Ihsanuddin	2	40	10000	400000	400000
25.	H. Shalihan	2.5	50	10000	500000	500000
26.	H. Husin A.	3	60	10000	600000	600000
27.	H. Shalihin	7	140	10000	1400000	1400000
28.	Syamsudin	2	40	10000	400000	400000
29.	Ulumudin	6	120	10000	1200000	1200000
30.	Ahmadun	6	120	10000	1200000	1200000
31.	Ahmad Khozin	2	40	10000	400000	400000
32.	Marikan	3	60	10000	600000	600000
33.	H. Supratno	3	60	10000	600000	600000
34.	H. Ali Zaini	2	40	10000	400000	400000
35.	H. Nur Qomari	11	220	10000	2200000	2200000
36.	H. Maksun	2	40	10000	400000	400000
37.	Masyhudi K.	7	140	10000	1400000	1400000
Total		196	3920	370000	39200000	39200000
Rata-rata <5		2,47	49,47	10000	494736,84	494736,84
Rata-rata 5-10		6,54	130,77	10000	1307692,31	1307692,31
Rata-rata >10		12,80	256	10000	2560000	2560000

Lampiran K. Biaya Pakan Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas (Ha)	Biaya Pakan/Pellet		Total (Rp)
			Kg	Rp/Kg	
1.	H. Bambang S.	11	22000	6100	134200000
2.	Amat S.A	5	10000	6100	61000000
3.	H. Ulul Arkham	9	18000	6100	109800000
4.	H. M. Thohir	16	32000	6100	195200000
5.	M. Yasak	3	6000	6100	36600000
6.	Markasan	7	14000	6100	85400000
7.	Suparno	6	12000	6100	73200000
8.	Sidik	14	28000	6100	170800000
9.	Suandrik	2	4000	6100	24400000
10.	Sutopo	2,5	5000	6100	30500000
11.	Abdillah	2,5	5000	6100	30500000
12.	H. Sukisman	6	12000	6100	73200000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	4000	6100	24400000
14.	Isa Busthomi	6	12000	6100	73200000
15.	H. Nanang Sh.	12	24000	6100	146400000
16.	H. Syaifudin	8	16000	6100	97600000
17.	H. Aminudin	6	12000	6100	73200000
18.	M. Nurul Huda	4	8000	6100	48800000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	12000	6100	73200000
20.	M. Tauhid	2	4000	6100	24400000
21.	H. Isa Anshari	3	6000	6100	36600000
22.	Abdullah	2	4000	6100	24400000
23.	Qowiyuddin	2,5	5000	6100	30500000
24.	Ihsanuddin	2	4000	6100	24400000
25.	H. Shalihan	2,5	5000	6100	30500000
26.	H. Husin A.	3	6000	6100	36600000
27.	H. Shalihin	7	14000	6100	85400000
28.	Syamsudin	2	4000	6100	24400000
29.	Ulumudin	6	12000	6100	73200000
30.	Ahmadun	6	12000	6100	73200000
31.	Ahmad Khozin	2	4000	6100	24400000
32.	Marikan	3	6000	6100	36600000
33.	H. Supratno	3	6000	6100	36600000
34.	H. Ali Zaini	2	4000	6100	24400000
35.	H. Nur Qomari	11	22000	6100	134200000
36.	H. Maksum	2	4000	6100	24400000
37.	Masyhudi K.	7	14000	6100	85400000
Total		196	392000	225700	2391200000
Rata-rata <5		2,47	4947,37	6100	30178947,37
Rata-rata 5-10		6,54	13076,92	6100	79769230,77
Rata-Rata 11-20		12,80	25600	6100	156160000

Lampiran L. Biaya Tenaga Kerja Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas	Persiapan		Pandego		Pemanenan		Total Upah			Total Upah Keseluruhan
			Jumlah TK	Upah	Jumlah TK	Upah	Jumlah TK	Upah	Persiapan	Pandego	Pemanenan	
1.	H. Bambang S.	11	2	650000	3	950000	38	100000	1300000	2850000	3800000	19650000
2.	Amat S.A	5	2	2000000	2	920000	20	100000	4000000	1840000	2000000	7840000
3.	H. Ulul Arkham	9	2	3500000	2	980000	32	150000	7000000	1960000	4800000	13760000
4.	H. M. Thohir	16	2	7000000	5	980000	50	100000	14000000	4900000	5000000	23900000
5.	M. Yasak	3	1	1500000	1	890000	20	100000	1500000	890000	2000000	4390000
6.	Markasan	7	2	2500000	2	900000	28	100000	5000000	1800000	2800000	9600000
7.	Suparno	6	2	2500000	2	900000	25	100000	5000000	1800000	2500000	9300000
8.	Sidik	14	2	6500000	4	980000	50	100000	13000000	3920000	5000000	21920000
9.	Suandrik	2	1	1000000	1	880000	7	100000	1000000	880000	700000	2580000
10.	Sutopo	2.5	1	1500000	1	880000	8	100000	1500000	880000	800000	3180000
11.	Abdillah	2.5	1	1500000	1	880000	10	100000	1500000	880000	1000000	3380000
12.	H. Sukisman	6	2	2500000	2	900000	20	100000	5000000	1800000	2000000	8800000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	1	1000000	1	890000	7	100000	1000000	890000	700000	2590000
14.	Isa Busthomi	6	2	2500000	2	900000	20	100000	5000000	1800000	2000000	8800000
15.	H. Nanang Sh.	12	2	6500000	4	930000	47	100000	13000000	3720000	4700000	21420000
16.	H. Syaifudin	8	2	3000000	3	900000	38	100000	6000000	2700000	3800000	12500000
17.	H. Aminudin	6	2	1500000	2	900000	25	100000	3000000	1800000	2500000	7300000
18.	M. Nurul Huda	4	2	1500000	2	890000	20	100000	3000000	1780000	2000000	6780000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	2	2500000	3	900000	30	100000	5000000	2700000	3000000	10700000
20.	M. Tauhid	2	1	1000000	1	890000	10	100000	1000000	890000	1000000	2890000
21.	H. Isa Anshari	3	2	1500000	1	890000	15	100000	3000000	890000	1500000	5390000
22.	Abdullah	2	1	1000000	1	890000	10	100000	1000000	890000	1000000	2890000
23.	Qowiyuddin	2.5	1	1000000	1	890000	15	100000	1000000	890000	1500000	3390000
24.	Ihsanuddin	2	1	1000000	1	890000	10	100000	1000000	890000	1000000	2890000
25.	H. Shalihan	2.5	1	1000000	1	890000	10	100000	1000000	890000	1000000	2890000
26.	H. Husin A.	3	1	2000000	1	890000	10	100000	2000000	890000	1000000	3890000
27.	H. Shalihin	7	2	2500000	2	900000	30	100000	5000000	1800000	3000000	9800000

28.	Syamsudin	2	1	1000000	1	880000	10	100000	1000000	880000	1000000	2880000
29.	Ulumudin	6	2	2500000	2	900000	28	100000	5000000	1800000	2800000	9600000
30.	Ahmadun	6	2	2500000	2	900000	28	100000	5000000	1800000	2800000	9600000
31.	Ahmad Khozin	2	1	1000000	1	880000	10	100000	1000000	880000	1000000	2880000
32.	Marikan	3	2	1500000	1	880000	15	100000	3000000	880000	1500000	5380000
33.	H. Supratno	3	2	1500000	1	880000	15	100000	3000000	880000	1500000	5380000
34.	H. Ali Zaini	2	1	1000000	1	880000	10	100000	1000000	880000	1000000	2880000
35.	H. Nur Qomari	11	2	6500000	4	950000	38	100000	13000000	3800000	3800000	20600000
36.	H. Maksum	2	1	1000000	1	890000	10	100000	1000000	890000	1000000	2890000
37.	Masyhudi K.	7	2	2500000	2	900000	30	100000	5000000	1800000	3000000	9800000
Total		196	59	89000000	68	33420000	799	3750000	160500000	62310000	81500000	304310000
Rata-rata <5		2,47	1,21	1236842,11	1,05	885789,47	11,68	100000	6625000	932631,58	1421052,63	3653684,21
Rata-rata 5-10		6,54	2	2500000	2,15	907692,31	27,23	100000	5000000	1953846,15	2846153,85	9800000
Rata-rata 10-20		12,80	2	6600000	4	958000	44,60	100000	13200000	3838000	4460000	21498000

Lampiran M. Biaya Penyusutan Terpal Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas	Terpal				
			Kebutuhan (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Total	Umur Ekonomis (Bulan)	Umur Ekonomis (Rp/Musim)
1.	H. Bambang S.	11	1	300000	300000	24	75000
2.	Amat S.A	5	1	300000	300000	24	75000
3.	H. Ulul Arkham	9	1	300000	300000	24	75000
4.	H. M. Thohir	16	1	300000	300000	24	75000
5.	M. Yasak	3	1	300000	300000	24	75000
6.	Markasan	7	1	300000	300000	24	75000
7.	Suparno	6	1	300000	300000	24	75000
8.	Sidik	14	1	300000	300000	24	75000
9.	Suandrik	2	1	300000	300000	24	75000
10.	Sutopo	2,5	1	300000	300000	24	75000
11.	Abdillah	2,5	1	300000	300000	24	75000
12.	H. Sukisman	6	1	300000	300000	24	75000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	1	300000	300000	24	75000
14.	Isa Busthomi	6	1	300000	300000	24	75000
15.	H. Nanang Sh.	12	1	300000	300000	24	75000
16.	H. Syaifudin	8	1	300000	300000	24	75000
17.	H. Aminudin	6	1	300000	300000	24	75000
18.	M. Nurul Huda	4	1	300000	300000	24	75000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	1	300000	300000	24	75000
20.	M. Tauhid	2	1	300000	300000	24	75000
21.	H. Isa Anshari	3	1	300000	300000	24	75000
22.	Abdullah	2	1	300000	300000	24	75000
23.	Qowiyuddin	2,5	1	300000	300000	24	75000
24.	Ihsanuddin	2	1	300000	300000	24	75000
25.	H. Shalihan	2,5	1	300000	300000	24	75000
26.	H. Husin A.	3	1	300000	300000	24	75000
27.	H. Shalihin	7	1	300000	300000	24	75000
28.	Syamsudin	2	1	300000	300000	24	75000
29.	Ulumudin	6	1	300000	300000	24	75000
30.	Ahmadun	6	1	300000	300000	24	75000
31.	Ahmad Khozin	2	1	300000	300000	24	75000
32.	Marikan	3	1	300000	300000	24	75000
33.	H. Supratno	3	1	300000	300000	24	75000
34.	H. Ali Zaini	2	1	300000	300000	24	75000
35.	H. Nur Qomari	11	1	300000	300000	24	75000
36.	H. Maksum	2	1	300000	300000	24	75000
37.	Masyhudi K.	7	1	300000	300000	24	75000
Total		196	37	11100000	11100000	888	2775000
Rata-rata <5		2,47	1	300000	300000	24	75000
Rata-rata 5-10		6,54	1	300000	300000	24	75000
Rata-rata 11-20		12,80	1	300000	300000	24	75000

Lampiran N. Biaya Penyusutan Permati Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas	Permati				
			Kebutuhan (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Total	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp/Musim)
1.	H. Bambang S.	11	3	1000000	3000000	60	300000
2.	Amat S.A	5	2	1000000	2000000	60	200000
3.	H. Ulul Arkham	9	3	1000000	3000000	60	300000
4.	H. M. Thohir	16	5	1000000	5000000	60	500000
5.	M. Yasak	3	1	1000000	1000000	60	100000
6.	Markasan	7	2	1000000	2000000	60	200000
7.	Suparno	6	2	1000000	2000000	60	200000
8.	Sidik	14	3	1000000	3000000	60	300000
9.	Suandrik	2	1	1000000	1000000	60	100000
10.	Sutopo	2,5	1	1000000	1000000	60	100000
11.	Abdillah	2,5	1	1000000	1000000	60	100000
12.	H. Sukisman	6	2	1000000	2000000	60	200000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	1	1000000	1000000	60	100000
14.	Isa Busthomi	6	2	1000000	2000000	60	200000
15.	H. Nanang Sh.	12	3	1000000	3000000	60	300000
16.	H. Syaifudin	8	2	1000000	2000000	60	200000
17.	H. Aminudin	6	2	1000000	2000000	60	200000
18.	M. Nurul Huda	4	1	1000000	1000000	60	100000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	2	1000000	2000000	60	200000
20.	M. Tauhid	2	1	1000000	1000000	60	100000
21.	H. Isa Anshari	3	1	1000000	1000000	60	100000
22.	Abdullah	2	1	1000000	1000000	60	100000
23.	Qowiyuddin	2,5	1	1000000	1000000	60	100000
24.	Ihsanuddin	2	1	1000000	1000000	60	100000
25.	H. Shalihan	2,5	1	1000000	1000000	60	100000
26.	H. Husin A.	3	1	1000000	1000000	60	100000
27.	H. Shalihin	7	2	1000000	2000000	60	200000
28.	Syamsudin	2	1	1000000	1000000	60	100000
29.	Ulumudin	6	2	1000000	2000000	60	200000
30.	Ahmadun	6	2	1000000	2000000	60	200000
31.	Ahmad Khozin	2	1	1000000	1000000	60	100000
32.	Marikan	3	1	1000000	1000000	60	100000
33.	H. Supratno	3	1	1000000	1000000	60	100000
34.	H. Ali Zaini	2	1	1000000	1000000	60	100000
35.	H. Nur Qomari	11	3	1000000	3000000	60	300000
36.	H. Maksum	2	1	1000000	1000000	60	100000
37.	Masyhudi K.	7	2	1000000	2000000	60	200000
Total		196	63	3700000	6300000	2220	630000
Rata-rata <5		2,47	1	1000000	1000000	60	100000
Rata-rata 5-10		6,54	2,07	1000000	2076923,07	60	207692,30
Rata-rata 11-20		12,8	3,40	1000000	3400000	60	340000

Lampiran O. Biaya Penyusutan Keranjang Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas (Ha)	Keranjang				
			Kebutuhan (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Total	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp/Musim)
1.	H. Bambang S.	100	10	75000	750000	60	75000
2.	Amat S.A	5	2	75000	150000	60	15000
3.	H. Ulul Arkham	9	4	75000	300000	60	30000
4.	H. M. Thohir	16	6	75000	450000	60	45000
5.	M. Yasak	3	2	75000	150000	60	15000
6.	Markasan	7	4	75000	300000	60	30000
7.	Suparno	6	4	75000	300000	60	30000
8.	Sidik	14	6	75000	450000	60	45000
9.	Suandrik	2	2	75000	150000	60	15000
10.	Sutopo	2,5	2	75000	150000	60	15000
11.	Abdillah	2,5	2	75000	150000	60	15000
12.	H. Sukisman	6	4	75000	300000	60	30000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	2	75000	150000	60	15000
14.	Isa Busthomi	6	4	75000	300000	60	30000
15.	H. Nanang Sh.	12	4	75000	300000	60	30000
16.	H. Syaifudin	8	4	75000	300000	60	30000
17.	H. Aminudin	6	4	75000	300000	60	30000
18.	M. Nurul Huda	4	2	75000	150000	60	15000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	2	75000	150000	60	15000
20.	M. Tauhid	2	2	75000	150000	60	15000
21.	H. Isa Anshari	3	2	75000	150000	60	15000
22.	Abdullah	2	2	75000	150000	60	15000
23.	Qowiyuddin	2,5	2	75000	150000	60	15000
24.	Ihsanuddin	2	2	75000	150000	60	15000
25.	H. Shalihan	2,5	2	75000	150000	60	15000
26.	H. Husin A.	3	2	75000	150000	60	15000
27.	H. Shalihin	7	4	75000	300000	60	30000
28.	Syamsudin	2	2	75000	150000	60	15000
29.	Ulumudin	6	4	75000	300000	60	30000
30.	Ahmadun	6	4	75000	300000	60	30000
31.	Ahmad Khozin	2	2	75000	150000	60	15000
32.	Marikan	3	2	75000	150000	60	15000
33.	H. Supratno	3	2	75000	150000	60	15000
34.	H. Ali Zaini	2	2	75000	150000	60	15000
35.	H. Nur Qomari	11	4	75000	300000	60	30000
36.	H. Maksum	2	2	75000	150000	60	15000
37.	Masyhudi K.	7	4	75000	300000	60	30000
Total		196	110	2775000	8250000	2220	825000
Rata-rata <5		2,47	2	75000	150000	60	15000
Rata-rata 5-10		6,54	3,69	75000	276923,07	60	27692,30
Rata-rata 11-20		12,8	4,8	75000	360000	60	36000

Lampiran P. Biaya Penyusutan Sesor Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas	Sesor				
			Kebutuhan (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Total	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp/Musim)
1.	H. Bambang S.	11	3	200000	600000	24	150000
2.	Amat S.A	5	2	200000	400000	24	100000
3.	H. Ulul Arkham	9	2	200000	400000	24	100000
4.	H. M. Thohir	16	3	200000	600000	24	150000
5.	M. Yasak	3	2	200000	400000	24	100000
6.	Markasan	7	2	200000	400000	24	100000
7.	Suparno	6	2	200000	400000	24	100000
8.	Sidik	14	3	200000	600000	24	150000
9.	Suandrik	2	1	200000	200000	24	50000
10.	Sutopo	2,5	1	200000	200000	24	50000
11.	Abdillah	2,5	1	200000	200000	24	50000
12.	H. Sukisman	6	2	200000	400000	24	100000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	1	200000	200000	24	50000
14.	Isa Busthomi	6	2	200000	400000	24	100000
15.	H. Nanang Sh.	12	3	200000	600000	24	150000
16.	H. Syaifudin	8	3	200000	600000	24	150000
17.	H. Aminudin	6	2	200000	400000	24	100000
18.	M. Nurul Huda	4	2	200000	400000	24	100000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	2	200000	400000	24	100000
20.	M. Tauhid	2	1	200000	200000	24	50000
21.	H. Isa Anshari	3	2	200000	400000	24	100000
22.	Abdullah	2	1	200000	200000	24	50000
23.	Qowiyuddin	2,5	1	200000	200000	24	50000
24.	Ihsanuddin	2	1	200000	200000	24	50000
25.	H. Shalihan	2,5	1	200000	200000	24	50000
26.	H. Husin A.	3	2	200000	400000	24	100000
27.	H. Shalihin	7	2	200000	400000	24	100000
28.	Syamsudin	2	1	200000	200000	24	50000
29.	Ulumudin	6	2	200000	400000	24	100000
30.	Ahmadun	6	2	200000	400000	24	100000
31.	Ahmad Khozin	2	1	200000	200000	24	50000
32.	Marikan	3	2	200000	400000	24	100000
33.	H. Supratno	3	2	200000	400000	24	100000
34.	H. Ali Zaini	2	1	200000	200000	24	50000
35.	H. Nur Qomari	11	3	200000	600000	24	150000
36.	H. Maksum	2	1	200000	200000	24	50000
37.	Masyhudi K.	7	2	200000	400000	24	100000
Total		196	67	7400000	13400000	888	3350000
Rata-rata <5		2,47	1,31	200000	263157,89	24	65789,47
Rata-rata 5-10		6,54	2,07	200000	415384,61	24	103846,15
Rata-rata 11-20		12,8	3	200000	600000	24	150000

Lampiran Q. Biaya Tetap Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas (Ha)	Pajak Lahan (Rp/Ha/Th)	Total Pajak Lahan	Biaya Penyusutan	Biaya Sewa Lahan	Total Biaya Tetap
1.	H. Bambang S.	11	250000	1375000	555000	16500000	18430000
2.	Amat S.A	5	250000	625000	390000	7500000	8515000
3.	H. Ulul Arkham	9	115000	517500	505000	13500000	14522500
4.	H. M. Thohir	16	150000	1200000	770000	24000000	25970000
5.	M. Yasak	3	250000	375000	290000	4500000	5165000
6.	Markasan	7	200000	700000	405000	17500000	18605000
7.	Suparno	6	120000	360000	405000	13500000	14265000
8.	Sidik	14	170000	1190000	570000	21000000	22760000
9.	Suandrik	2	120000	120000	240000	2500000	2860000
10.	Sutopo	2.5	250000	312500	240000	5000000	5552500
11.	Abdillah	2.5	120000	150000	240000	4375000	4765000
12.	H. Sukisman	6	150000	450000	405000	13500000	14355000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	115000	115000	240000	3000000	3355000
14.	Isa Busthomi	6	100000	300000	405000	13500000	14205000
15.	H. Nanang Sh.	12	150000	900000	555000	18000000	19455000
16.	H. Syaifudin	8	200000	800000	455000	12000000	13255000
17.	H. Aminudin	6	150000	450000	405000	9000000	9855000
18.	M. Nurul Huda	4	100000	200000	290000	6000000	6490000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	130000	390000	390000	9000000	9780000
20.	M. Tauhid	2	200000	200000	240000	3000000	3440000
21.	H. Isa Anshari	3	100000	150000	290000	4500000	4940000
22.	Abdullah	2	100000	100000	240000	3000000	3340000
23.	Qowiyuddin	2.5	150000	187500	240000	3750000	4177500
24.	Ihsanuddin	2	100000	100000	240000	3000000	3340000
25.	H. Shalihan	2.5	100000	125000	240000	3750000	4115000
26.	H. Husin A.	3	120000	180000	290000	4500000	4970000
27.	H. Shalihin	7	200000	700000	405000	10500000	11605000
28.	Syamsudin	2	150000	150000	240000	3000000	3390000
29.	Ulumudin	6	115000	345000	405000	9000000	9750000
30.	Ahmadun	6	130000	390000	405000	9000000	9795000
31.	Ahmad Khozin	2	110000	110000	240000	3000000	3350000
32.	Marikan	3	210000	315000	290000	4500000	5105000
33.	H. Supratno	3	100000	150000	290000	4500000	4940000
34.	H. Ali Zaini	2	120000	120000	240000	3000000	3360000
35.	H. Nur Qomari	11	120000	660000	555000	16500000	17715000
36.	H. Maksum	2	200000	200000	240000	3000000	3440000
37.	Masyhudi K.	7	150000	525000	405000	10500000	11430000
Total		196	5565000	15237500	13250000	315875000	344362500
Rata-rata <5		2,47	142894,74	176842,11	255789,47	4160714,29	4215526,32
Rata-rata 5-10		6,54	154615,38	504038,46	414230,77	14500000	12302884,62
Rata-rata 11-20		12,8	168000	1065000	601000	19500000	20866000

Lampiran R. Biaya Variabel Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas (Ha)	Biaya Benih (Rean)	Biaya Obat	Biaya Pupuk	Biaya Pakan	Biaya Tenaga Kerja	Total Biaya
1.	H. Bambang S.	11	22000000	2200000	2990000	134200000	19650000	181040000
2.	Amat S.A	5	10000000	1000000	1280000	61000000	7840000	81120000
3.	H. Ulul Arkham	9	18000000	1800000	3400000	109800000	13760000	146760000
4.	H. M. Thohir	16	32000000	3200000	4710000	195200000	23900000	259010000
5.	M. Yasak	3	6000000	600000	855000	36600000	4390000	48445000
6.	Markasan	7	14000000	1400000	1280000	85400000	9600000	111680000
7.	Suparno	6	12000000	1200000	1600000	73200000	9300000	97300000
8.	Sidik	14	28000000	2800000	4060000	170800000	21920000	227580000
9.	Suandrik	2	4000000	400000	640000	24400000	2580000	32020000
10.	Sutopo	2.5	5000000	500000	745000	30500000	3180000	39925000
11.	Abdillah	2.5	5000000	500000	745000	30500000	3380000	40125000
12.	H. Sukisman	6	12000000	1200000	1600000	73200000	8800000	96800000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	4000000	400000	640000	24400000	2590000	32030000
14.	Isa Busthomi	6	12000000	1200000	1705000	73200000	8800000	96905000
15.	H. Nanang Sh.	12	24000000	2400000	3200000	146400000	21420000	197420000
16.	H. Syaifudin	8	16000000	1600000	2130000	97600000	12500000	129830000
17.	H. Aminudin	6	12000000	1200000	1710000	73200000	7300000	95410000
18.	M. Nurul Huda	4	8000000	800000	1175000	48800000	6780000	65555000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	12000000	1200000	1815000	73200000	10700000	98915000
20.	M. Tauhid	2	4000000	400000	640000	24400000	2890000	32330000
21.	H. Isa Anshari	3	6000000	600000	855000	36600000	5390000	49445000
22.	Abdullah	2	4000000	400000	640000	24400000	2890000	32330000
23.	Qowiyuddin	2.5	5000000	500000	855000	30500000	3390000	40245000
24.	Ihsanuddin	2	4000000	400000	640000	24400000	2890000	32330000
25.	H. Shalihan	2.5	5000000	500000	965000	30500000	2890000	39855000
26.	H. Husin A.	3	6000000	600000	855000	36600000	3890000	47945000
27.	H. Shalihin	7	14000000	1400000	1390000	85400000	9800000	111990000
28.	Syamsudin	2	4000000	400000	750000	24400000	2880000	32430000
29.	Ulumudin	6	12000000	1200000	1710000	73200000	9600000	97710000
30.	Ahmadun	6	12000000	1200000	1705000	73200000	9600000	97705000
31.	Ahmad Khozin	2	4000000	400000	750000	24400000	2880000	32430000

32. Marikan	3	6000000	600000	855000	36600000	5380000	49435000
33. H. Supratno	3	6000000	600000	965000	36600000	5380000	49545000
34. H. Ali Zaini	2	4000000	400000	640000	24400000	2880000	32320000
35. H. Nur Qomari	11	22000000	2200000	2990000	134200000	20600000	181990000
36. H. Maksum	2	4000000	400000	640000	24400000	2890000	32330000
37. Masyhudi K.	7	14000000	1400000	1390000	85400000	9800000	111990000
Total	196	392000000	39200000	55515000	2391200000	304310000	3182225000
Rata-rata	5,30	10594594,59	1059459,46	1500405,41	64627027,03	8224594,59	86006081,08
Rata-rata <5	2,47	4947368,42	494736,84	781578,95	30178947,37	3653684,21	40056315,79
Rata-rata 5-10	6,54	13076923,08	1307692,31	1747307,69	79769230,77	9800000,00	105701153,8
Rata-rata 11-20	12,8	25600000	2560000	3590000	156160000	21498000	209408000



Lampiran S. Penerimaan Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas (Ha)	Produksi (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Total Penerimaan (Rp)
1.	H. Bambang S.	11	11000	23000	253000000
2.	Amat S.A	5	5500	22000	121000000
3.	H. Ulul Arkham	9	10000	22000	220000000
4.	H. M. Thohir	16	15500	22000	341000000
5.	M. Yasak	3	4700	23000	108100000
6.	Markasan	7	8700	23000	200100000
7.	Suparno	6	7000	22000	154000000
8.	Sidik	14	14000	23000	322000000
9.	Suandrik	2	2500	23000	57500000
10.	Sutopo	2,5	3000	23000	69000000
11.	Abdillah	2,5	2800	23000	64400000
12.	H. Sukisman	6	6800	23000	156400000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	3000	23000	69000000
14.	Isa Busthomi	6	6700	22000	147400000
15.	H. Nanang Sh.	12	13000	22000	286000000
16.	H. Syaifudin	8	9000	23000	207000000
17.	H. Aminudin	6	7000	22000	154000000
18.	M. Nurul Huda	4	5000	22000	110000000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	7100	23000	163300000
20.	M. Tauhid	2	3000	23000	69000000
21.	H. Isa Anshari	3	3900	22000	85800000
22.	Abdullah	2	2000	22000	44000000
23.	Qowiyuddin	2,5	3000	23000	69000000
24.	Ihsanuddin	2	2500	22000	55000000
25.	H. Shalihan	2,5	3000	22000	66000000
26.	H. Husin A.	3	3500	23000	80500000
27.	H. Shalihin	7	8000	22000	176000000
28.	Syamsudin	2	2000	23000	46000000
29.	Ulumudin	6	6200	22000	136400000
30.	Ahmadun	6	7000	22000	154000000
31.	Ahmad Khozin	2	2500	22000	55000000
32.	Marikan	3	4000	22000	88000000
33.	H. Supratno	3	4700	23000	108100000
34.	H. Ali Zaini	2	2300	23000	52900000
35.	H. Nur Qomari	11	12000	22000	264000000
36.	H. Maksum	2	2200	23000	50600000
37.	Masyhudi K.	7	8000	22000	176000000
Total		196	222100	832000	4979500000
Rata-rata <5		2,47	3136,84	22631,58	70942105,26
Rata-rata 5-10		6,54	7461,54	22307,69	166584615,38
Rata-rata 11-20		12,8	13100	22400,00	293200000

Lampiran T. Pendapatan Petambak/Periode Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama	Luas (Ha)	Produksi (Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Penerimaan (Rp)	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1.	H. Bambang S.	11	11000	23000	253000000	18430000	181040000	199470000	53530000
2.	Amat S.A	5	5500	22000	121000000	8515000	81120000	89635000	31365000
3.	H. Ulul Arkham	9	10000	22000	220000000	14522500	146760000	161282500	58717500
4.	H. M. Thohir	16	15500	22000	341000000	25970000	259010000	284980000	56020000
5.	M. Yasak	3	4700	23000	108100000	5165000	48445000	53610000	54490000
6.	Markasan	7	8700	23000	200100000	18605000	111680000	130285000	69815000
7.	Suparno	6	7000	22000	154000000	14265000	97300000	111565000	42435000
8.	Sidik	14	14000	23000	322000000	22760000	227580000	250340000	71660000
9.	Suandrik	2	2500	23000	57500000	2860000	32020000	34880000	22620000
10.	Sutopo	2.5	3000	23000	69000000	5552500	39925000	45477500	23522500
11.	Abdillah	2.5	2800	23000	64400000	4765000	40125000	44890000	19510000
12.	H. Sukisman	6	6800	23000	156400000	14355000	96800000	111155000	45245000
13.	M. Nadhor Al Isra	2	3000	23000	69000000	3355000	32030000	35385000	33615000
14.	Isa Busthomi	6	6700	22000	147400000	14205000	96905000	111110000	36290000
15.	H. Nanang Sh.	12	13000	22000	286000000	19455000	197420000	216875000	69125000
16.	H. Syaifudin	8	9000	23000	207000000	13255000	129830000	143085000	63915000
17.	H. Aminudin	6	7000	22000	154000000	9855000	95410000	105265000	48735000
18.	M. Nurul Huda	4	5000	22000	110000000	6490000	65555000	72045000	37955000
19.	H. Fuad Rasyidi	6	7100	23000	163300000	9780000	98915000	108695000	54605000
20.	M. Tauhid	2	3000	23000	69000000	3440000	32330000	35770000	33230000
21.	H. Isa Anshari	3	3900	22000	85800000	4940000	49445000	54385000	31415000
22.	Abdullah	2	2000	22000	44000000	3340000	32330000	35670000	8330000
23.	Qowiyuddin	2.5	3000	23000	69000000	4177500	40245000	44422500	24577500
24.	Ihsanuddin	2	2500	22000	55000000	3340000	32330000	35670000	19330000
25.	H. Shalihan	2.5	3000	22000	66000000	4115000	39855000	43970000	22030000
26.	H. Husin A.	3	3500	23000	80500000	4970000	47945000	52915000	27585000
27.	H. Shalihin	7	8000	22000	176000000	11605000	111990000	123595000	52405000
28.	Syamsudin	2	2000	23000	46000000	3390000	32430000	35820000	10180000
29.	Ulumudin	6	6200	22000	136400000	9750000	97710000	107460000	28940000
30.	Ahmadun	6	7000	22000	154000000	9795000	97705000	107500000	46500000
31.	Ahmad Khozin	2	2500	22000	55000000	3350000	32430000	35780000	19220000

32.	Marikan	3	4000	22000	88000000	5105000	49435000	54540000	33460000
33.	H. Supratno	3	4700	23000	108100000	4940000	49545000	54485000	53615000
34.	H. Ali Zaini	2	2300	23000	52900000	3360000	32320000	35680000	17220000
35.	H. Nur Qomari	11	12000	22000	264000000	17715000	181990000	199705000	64295000
36.	H. Maksum	2	2200	23000	50600000	3440000	32330000	35770000	14830000
37.	Masyhudi K.	7	8000	22000	176000000	11430000	111990000	123420000	52580000
Total		196	222100	832000	4979500000	344362500	3182225000	3526587500	1452912500
Rata-rata		5,30	6002,70	22486,49	134581081,08	9307094,60	86006081,08	95313175,68	39267905,41
Rata-rata <5		2,47	3136,84	22631,58	70942105,26	4215526,32	40056315,79	44271842,11	26670263,16
Rata-rata 5-10		6,54	7461,54	22307,69	166584615,38	12302884,62	105701153,85	118004038,46	48580576,92
Rata-rata 11-20		12,8	13100	22400,00	293200000	20866000	209408000	230274000	62926000



Lampiran U. Pendapatan Petambak Bandeng di Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo (Konversi 1 Ha)

No.	Nama	Luas (Ha)	Produksi (Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Penerimaan (Rp)	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1.	H. Bambang S.	1	1000,00	23000	23000000,00	1675454,55	16458181,82	18133636,36	4866363,64
2.	Amat S.A	1	1100,00	22000	24200000,00	1703000,00	16224000,00	17927000,00	6273000,00
3.	H. Ulul Arkham	1	1111,11	22000	24444444,44	1613611,11	16306666,67	17920277,78	6524166,67
4.	H. M. Thohir	1	968,75	22000	21312500,00	1623125,00	16188125,00	17811250,00	3501250,00
5.	M. Yasak	1	1566,67	23000	36033333,33	1721666,67	16148333,33	17870000,00	18163333,33
6.	Markasan	1	1242,86	23000	28585714,29	2657857,14	15954285,71	18612142,86	9973571,43
7.	Suparno	1	1166,67	22000	25666666,67	2377500,00	16216666,67	18594166,67	7072500,00
8.	Sidik	1	1000,00	23000	23000000,00	1625714,29	16255714,29	17881428,57	5118571,43
9.	Suandrik	1	1250,00	23000	28750000,00	1430000,00	16010000,00	17440000,00	11310000,00
10.	Sutopo	1	1200,00	23000	27600000,00	2221000,00	15970000,00	18191000,00	9409000,00
11.	Abdillah	1	1120,00	23000	25760000,00	1906000,00	16050000,00	17956000,00	7804000,00
12.	H. Sukisman	1	1133,33	23000	26066666,67	2392500,00	16133333,33	18525833,33	7540833,33
13.	M. Nadhor Al Isra	1	1500,00	23000	34500000,00	1677500,00	16015000,00	17692500,00	16807500,00
14.	Isa Busthomi	1	1116,67	22000	24566666,67	2367500,00	16150833,33	18518333,33	6048333,33
15.	H. Nanang Sh.	1	1083,33	22000	23833333,33	1621250,00	16451666,67	18072916,67	5760416,67
16.	H. Syaifudin	1	1125,00	23000	25875000,00	1656875,00	16228750,00	17885625,00	7989375,00
17.	H. Aminudin	1	1166,67	22000	25666666,67	1642500,00	15901666,67	17544166,67	8122500,00
18.	M. Nurul Huda	1	1250,00	22000	27500000,00	1622500,00	16388750,00	18011250,00	9488750,00
19.	H. Fuad Rasyidi	1	1183,33	23000	27216666,67	1630000,00	16485833,33	18115833,33	9100833,33
20.	M. Tauhid	1	1500,00	23000	34500000,00	1720000,00	16165000,00	17885000,00	16615000,00
21.	H. Isa Anshari	1	1300,00	22000	28600000,00	1646666,67	16481666,67	18128333,33	10471666,67
22.	Abdullah	1	1000,00	22000	22000000,00	1670000,00	16165000,00	17835000,00	4165000,00
23.	Qowiyuddin	1	1200,00	23000	27600000,00	1671000,00	16098000,00	17769000,00	9831000,00
24.	Ihsanuddin	1	1250,00	22000	27500000,00	1670000,00	16165000,00	17835000,00	9665000,00
25.	H. Shalihan	1	1200,00	22000	26400000,00	1646000,00	15942000,00	17588000,00	8812000,00
26.	H. Husin A.	1	1166,67	23000	26833333,33	1656666,67	15981666,67	17638333,33	9195000,00
27.	H. Shalihin	1	1142,86	22000	25142857,14	1657857,14	15998571,43	17656428,57	7486428,57
28.	Syamsudin	1	1000,00	23000	23000000,00	1695000,00	16215000,00	17910000,00	5090000,00
29.	Ulumudin	1	1033,33	22000	22733333,33	1625000,00	16285000,00	17910000,00	4823333,33
30.	Ahmadun	1	1166,67	22000	25666666,67	1632500,00	16284166,67	17916666,67	7750000,00
31.	Ahmad Khozin	1	1250,00	22000	27500000,00	1675000,00	16215000,00	17890000,00	9610000,00

32.	Marikan	1	1333,33	22000	29333333,33	1701666,67	16478333,33	18180000,00	11153333,33
33.	H. Supratno	1	1566,67	23000	36033333,33	1646666,67	16515000,00	18161666,67	17871666,67
34.	H. Ali Zaini	1	1150,00	23000	26450000,00	1680000,00	16160000,00	17840000,00	8610000,00
35.	H. Nur Qomari	1	1090,91	22000	24000000,00	1610454,55	16544545,45	18155000,00	5845000,00
36.	H. Maksum	1	1100,00	23000	25300000,00	1720000,00	16165000,00	17885000,00	7415000,00
37.	Masyhudi K.	1	1142,86	22000	25142857,14	1632857,14	15998571,43	17631428,57	7511428,57
Total			43877,67	832000	987313373,02	65122889,25	599395328,46	664518217,71	322795155,30
Rata-rata			1185,88	22486,49	26684145,22	1760078,08	16199873,75	17959951,83	8724193,39



PEMBUDIDAYA

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUISIONER

JUDUL : Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Petambak Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

LOKASI : Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

Pewawancara

Nama : Eka Cipta Saputri

NIM : 131510601072

Hari/Tanggal Wawancara :

Identitas Responden

Nama :

Umur : Th

Alamat :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan Utama :

Pekerjaan Sampingan :

Luas tambak :

Jumlah Anggota Keluarga : jiwa

A. Pengadaan Sarana Produksi dan Budidaya Bandeng

1. Sejak kapan Bapak membudidayakan bandeng?

Jawab:

2. Apa alasan yang mendasari Bapak usaha budidaya bandeng?

a. Keinginan sendiri

b. Mengikuti petambak yang lain karena menguntungkan

c. Tradisi turun temurun dari orang tua

d. Sesuai dengan kondisi tempat tinggal

Lain-lain:

3. Berapakah luas tambak yang Bapak gunakan untuk membudidayakan bandeng?

Jawab:

4. Apakah Bapak pernah mengalami kegagalan dalam mengusahakan bandeng?

a. Ya

b. Tidak

Penjelasan:

5. Dari mana Bapak memperoleh:

a. Benih:.....

b. Pakan:.....

c. Obat-obatan:.....

6. Apakah Bapak mengalami kesulitan dalam mendapatkan sarana produksi tersebut?

a. Ya

b. Tidak

Penjelasan:

7. Berapa harga benih (nener) yang Bapak beli per kg?

Jawab:

Umur:

Ukuran:

8. Apakah Bapak sudah menggunakan teknologi modern dalam mengusahakan bandeng di tambak?

a. Ya

b. Tidak

Sumber informasi:

B. Biaya Produksi Budidaya Bandeng

a. Biaya Tetap

No.	Jenis Biaya	Jumlah	Harga/satuan (Rp)	Total Biaya (Rp)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
Total				

b. Biaya Variabel

No	Jenis Biaya	Satuan	Jumlah	Harga/satuan (Rp)	Total Biaya (Rp)
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
Total					

c. Biaya Tenaga Kerja

No	Jenis Kegiatan	Jam Kerja/Hari	Jml TK (Jiwa)		Upah dalam keluarga (Rp)		Upah Luar Keluarga (Rp)		Total
			L	P	L	P	L	P	
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
6.									
7.									
Total									

d. Biaya Lain-lain :

e. Biaya Total :

b. Biaya Tenaga kerja

No	Jenis Kegiatan	Jam Kerja/Hari	Jml TK (Jiwa)		Upah dalam keluarga (Rp)		Upah Luar Keluarga (Rp)		Total
			L	P	L	P	L	P	
			1.						
2.									
3.									
4.									
5.									
6.									
7.									
			Total						

c. Total Biaya Variabel

Total Biaya Variabel = Total Biaya Sarana Produksi + Total Biaya Tenaga Kerja
 = Rp..... + Rp.....
 = Rp.....

d. Biaya Tetap

Biaya..... = Rp

Biaya..... = Rp

Biaya..... = Rp

Biaya..... = Rp +

Total Biaya Tetap = Rp

e. Total Biaya

Total Biaya Variabel = Total Biaya Variabel + Total Biaya Tetap
 = Rp + Rp

= Rp

f. Total Penerimaan Petambak Bandeng

No	Hasil Produksi (Kg)	Harga (Rp)	Total Penerimaan (Rp)
1.			
2.			
3.			
4.			
Total Penerimaan		= Hasil Produksi (Kg) x Harga (Rp)	
		=x	
		= Rp.....	

g. Pendapatan Bersih Petambak Bandeng

No	Penerimaan	Total Biaya Tetap	Total Biaya Variabel	Total Pendapatan
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
Total Pendapatan Bersih		= Total Penerimaan – (Total Biaya Tetap + Total Biaya Variabel)		
		= – (.....+.....)		
		= Rp		

PEDAGANG

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUISIONER

JUDUL : Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Petambak Bandeng Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

LOKASI : Desa Tambak Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

Pewawancara

Nama : Eka Cipta Saputri

NIM : 131510601072

Hari/Tanggal Wawancara :

Identitas Responden

Nama :

Umur : Th

Alamat :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan Utama :

Pekerjaan Sampingan :

Jumlah Anggota Keluarga : jiwa

Lama Kegiatan Usaha : Th

A. Pemasaran bandeng

1. Darimana Anda memperoleh bandeng?

Jawab:

2. Berapa harga beli bandeng dari petambak?

Jawab:

3. Kepada siapa biasanya Anda menjual bandeng yang Anda peroleh dari petambak?

Jawab:

4. Mengapa Anda menjual bandeng kepada jawaban no. 3?

- a. Lebih mudah
- b. Keuntungan lebih besar
- c. Kepercayaan

Lain-lain

5. Apakah Anda selalu menjual bandeng kepada jawaban no. 3?

- a. Ya
- b. Tidak

Mengapa

6. Siapakah yang menentukan harga?

- a. Sepenuhnya ditentukan oleh pembudidaya
- b. Sepenuhnya ditentukan oleh pedagang
- c. Harga kesepakatan kedua belah pihak
- d. Harga pasar

Penjelasan

7. Apakah terjadi naik turun harga pada bandeng?

Jawab:

8. Jika ya, bagaimana dan kapan terjadinya naik turun harga jual bandeng?

Jawab:

9. Apakah masih bisa menutupi semua biaya yang telah dikeluarkan?

Jawab:

10. Bagaimana cara mengatasi penurunan harga jual bandeng?

Jawab:

DOKUMENTASI



Gambar 1. Wawancara dengan kepala desa sekaligus petambak bandeng



Gambar 2. Ukuran bandeng gelondongan



Gambar 3. Pengangkutan hasil produksi bandeng



Gambar 4. Proses wawancara kepada pedagang pengumpul



Gambar 5. Pemasaran bandeng yang dilakukan oleh pedagang pengumpul



Gambar 6. Proses wawancara kepada pedagang pasar ikan