

**ANALISIS PEMASARAN KEPITING BAKAU DI DESA CEGE  
KECAMATAN MARE KABUPATEN BONE**

**NURWAHYUNITASARI  
105961108516**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2020**

**ANALISIS PEMASARAN KEPITING BAKAU DI DESA CEGE  
KECAMATAN MARE KABUPATEN BONE**

**NURWAHYUNITASARI  
105961108516**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan  
Mare Kabupaten Bone

Nama : Nurwahyunitasari

Stambuk : 105961108516

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Pembimbing Utama



Sitti Khadijah Yahya Hiola, S.TP., M.Si  
NIDN. 0923098305

Disetujui

Pembimbing Pendamping



Rahmawati, S.Pi., M.Si.  
NIDN. 0904118304

Diketahui

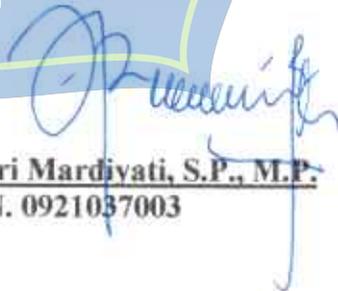
Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis



Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P.  
NIDN. 0912066901

Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.  
NIDN. 0921037003



## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan  
Mare Kabupaten Bone

Nama : Nurwahyunitasari

Stambuk : 105961108516

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



**Nama** **Tanda Tangan**

1. Sitti Khadijah Yahya Hiola, S.TP., M.Si  
Ketua Sidang
2. Rahmawati, S.Pi., M.Si  
Sekretaris
3. Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P  
Anggota
4. Isnam Junais, S.TP., M.Si  
Anggota

Tanggal Lulus: 16 Februari 2021

## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.



Makassar, 25 Maret 2021

Nurwahyunitasari

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah-Nya dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis dengan penuh ketenangan hati dan keteguhan fikiran untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini menghadapi banyak kendala, akan tetapi kendala itu mampu diselesaikan dengan baik berkat arahan dan bimbingan yang senantiasa membimbing kami dan motivasinya selama penyusunan skripsi ini..

Semoga bantuan dan budi baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan amal saleh yang setimpal dari ALLAH SWT. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga kritikan yang konstruktif penulis sangat harapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Dalam kesempatan baik ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Sitti Khadijah Yahya Hiola, S.TP.,M.Si selaku pembimbing utama dan Ibu Rahmawati, S.Pi., M.Si. selaku pembimbing kedua yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

2. Bapak Dr. H. Baharuddin, S.Pi., M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah.
3. Ibu Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kedua orang tua ayahanda Hasyim dan ibunda Nurhafidah, saudariku Hafika Wahyunarti dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga proposal ini dapat terselesaikan .
5. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga dari tujuan pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Makassar, 25 Maret 2021

Nurwahyunitasari

## ABSTRAK

NURWAHYUNITASARI, 105961108516, Analisis Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone, Dibimbing oleh SITTI KHADIJAH Y.HIOLA dan RAHMAWATI.

Penelitian ini bertujuan menganalisis saluran pemasaran Kepiting Bakau dan margin pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege, Kecamatan Mare, Kabupaten Bone. Populasi penelitian ini adalah petambak yang membudidayakan Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone berjumlah 12 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan Teknik sensus atau sampel jenuh, dimana keseluruhan populasi dijadikan sampel, sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 12 orang petambak kepiting bakau.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran kepiting bakau di Desa Cege memiliki tiga saluran pemasaran yang terdiri dari: Saluran 1; Produsen, Konsumen. Saluran 2; Produsen, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer dan Konsumen. Saluran 3; Produsen, Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan konsumen. Margin pemasaran saluran pemasaran 2 sebesar Rp 10.000/kg, dimana yang terlibat dalam kegiatan ini yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, margin pemasaran pada saluran 3, dimana totalnya sebesar Rp15.000/kg, dimana saluran pemasaran melalui pedagang pengumpul, ke pedagang besar dan konsumen.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Kepiting Bakau

## **ABSTRACT**

NURWAHYUNITASARI, 105961108516, *Marketing Analysis of Mangrove Crab in Cege Village, Mare District, Bone Regency, Supervised by SITTI KHADIJAH Y.HIOLA and RAHMAWATI.*

*This study aims to analyze the marketing channels for the mangrove crab and the marketing margins for the mud crab in Cege Village, Mare District, Bone Regency. The population of this research is 12 farmers who cultivate mud crabs in Cege Village, Mare District, Bone Regency. Sampling in this study was carried out using census techniques or saturated samples, where the entire population was sampled, so that the sample in this study were 12 mud crab farmers.*

*The results showed that the marketing channels for the mud crab in Cege Village had three marketing channels consisting of: Channel 1; Producers, Consumers, Channel 2; Producers, wholesalers, retailers and consumers. Channel 3; Producers, wholesalers and consumers. Marketing channel 2 marketing margin is IDR 10,000 / kg, where those involved in this activity are collecting traders and retailers, marketing margin on channel 3, where the total is IDR 13,000 / kg, where the marketing channel is through intermediate traders, to wholesalers and consumers*

*Keywords: Marketing Channels, Marketing Margins, Mud Crab*



## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                       | i       |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                  | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....           | iv      |
| KATA PENGANTAR .....                      | vi      |
| ABSTRAK .....                             | viii    |
| DAFTAR ISI .....                          | ix      |
| DAFTAR TABEL .....                        | xi      |
| DAFTAR GAMBAR .....                       | xii     |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                     | xiii    |
| I. PENDAHULUAN .....                      | 1       |
| 1.1 Latar Belakang .....                  | 1       |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                 | 4       |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....               | 5       |
| 1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian ..... | 5       |
| II. TINJAUAN PUSTAKA .....                | 6       |
| 2.1 Pengertian Kepiting Bakau .....       | 6       |
| 2.2 Pengertian Pemasaran .....            | 8       |
| 2.3 Fungsi Pemasaran .....                | 10      |
| 2.4 Saluran Pemasaran .....               | 11      |
| 2.5 Margin Pemasaran .....                | 14      |
| 2.6 Pemasaran kepiting bakau .....        | 16      |
| 2.7 Penelitian Terdahulu .....            | 17      |

|  |    |
|--|----|
| 2.8 Kerangka Pemikiran .....                             | 22 |
| III. METODE PENELITIAN .....                             | 24 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....                    | 24 |
| 3.2 Teknik Penentuan Informal .....                      | 24 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....                          | 25 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                        | 25 |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                           | 26 |
| 3.6 Definisi Operasional .....                           | 27 |
| IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....                | 28 |
| 4.1 Kondisi Geografis .....                              | 28 |
| 4.2 Keadaan Penduduk .....                               | 29 |
| 4.3 Sarana Pertanian .....                               | 32 |
| 4.4 Keadaan Wilayah Desa Cege .....                      | 32 |
| V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....                            | 34 |
| 5.1 Identitas Petambak Kepiting Bakau .....              | 34 |
| 5.2 Saluran Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege .....  | 39 |
| 5.3 Margin dan Keuntungan Pemasaran Kepiting Bakau ..... | 47 |
| VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....                           | 52 |
| 6.1 Kesimpulan .....                                     | 52 |
| 6.2 Saran .....  | 52 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                     |    |
| LAMPIRAN .....   |    |

## DAFTAR TABEL

| Nomor | <i>Teks</i>  | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1.    | Data Produksi Kepiting Bakau Bone 2013 – 2018 .....  | 4       |
| 2.    | Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....   | 29      |
| 3.    | Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....  | 30      |
| 4.    | Jumlah Penduduk berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....                              | 31      |
| 5.    | Sarana Pertanian di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....  | 32      |
| 6.    | Pola Penggunaan Lahan di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....   | 33      |
| 7.    | Responden Berdasarkan Kelompok Umur Petambak di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....                                | 35      |
| 8.    | Tingkat Pendidikan Petambak di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....   | 36      |
| 9.    | Tanggungjawab Keluarga Petambak di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....   | 37      |
| 10.   | Pengalaman Berusaha Petambak di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....  | 38      |
| 11.   | Kondisi Lahan Petambak di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....  | 39      |
| 12.   | Margin Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone .....               | 48      |
| 13.   | Biaya dan Keuntungan Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone ..... | 50      |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor |  | Halaman |
|-------|--|---------|
|       | <i>Teks Penelitian terdahulu</i>       |         |
| 1     | Penelitian Terdahulu .....             | 17      |
| 2     | Skema Kerangka Pikir .....             | 23      |
| 3     | Saluran Pemasaran Kepiting Bakau ..... | 43      |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Teks                        | Halaman |
|-------|-----------------------------|---------|
| 1.    | Kuesioner Penelitian .....  | 56      |
| 2.    | Identitas Responden .....   | 59      |
| 3.    | Dokumentasi Penelitian..... | 65      |



# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan (*archipelagic*) dan seharusnya meletakkan sektor perikanan menjadi salah satu sektor riil yang potensial di Indonesia (Putra 2011). Kepiting bakau di Indonesia diperoleh terutama dari hasil penangkapan di alam pada perairan pesisir, khususnya di kawasan *mangrove* atau hutan bakau dan hanya sebagian kecil yang berasal dari hasil budidaya. Budidaya kepiting bakau dapat dilakukan dengan cara pembesaran, penggemukan dan penularan. Proses penularan Kepiting Bakau terjadi didalam tubuh induk betina setelah terjadi pembuahan. Kepiting merupakan salah satu kekayaan laut, yang dapat ditemukan dibawah batu pinggir pantai, salah satu genus Kepiting yaitu *Scylla serrata*. Memiliki ciri khas warna hitam kehijauan yang berada pada organ karapas (Araujo,2014).

Kepiting Bakau salah satu sumber daya perikanan yang menjadikan hutan Mangrove sebagai habitatnya dan potensinya di Indonesia cukup besar. Perairan pantai Kabupaten Bone khususnya Desa Cege merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi Kepiting Bakau yang tinggi. Hutan Mangrove sebagai habitat dari Kepiting Bakau ini telah banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Kabupaten Bone sebagai kayu bakar dan keperluan rumah tangga lainnya. Eksploitasi Kepiting Bakau juga sudah mulai dilakukan untuk dijual di pasar-pasar yang ada di Kabupaten Bone. Eksploitasi yang terus-menerus dikhawatirkan akan mengancam keberadaan Kepiting Bakau di alam. Masyarakat Desa Cege,

Kecamatan Mare, Kabupaten Bone melakukan budidaya dan Pemasaran Kepiting Bakau agar eksploitasi yang terus-menerus tidak dikhawatirkan. Bahan pertimbangan bagi perlindungan, pengelolaan dan pemanfaatan sumber Kepiting Bakau untuk masa yang datang. Seiring dengan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang nilai gizi Kepiting Bakau salah satu sumber daya perairan yang dapat dimakan selain ikan dan semakin tinggi permintaan pasar maka perlu dilakukan upaya terus untuk melestarikan sumber daya tersebut. Kegiatan Budidaya Kepiting Bakau merupakan salah satu alternatifnya (Rugaya Serosero 2011).

Potensi Kepiting Bakau (*Scylla Serrata*) yang tergolong dalam famili Portunidae dari suku Brachyura di Indonesia cukup besar, karena Kepiting ini mempunyai sebaran yang sangat luas dan didapatkan hampir di seluruh perairan Indonesia. Kelompok kepiting tersebut, hidup terutama pada pantai yang ditumbuhi mangrove, estuari dan pantai berlumpur, sehingga sering disebut juga *mud crab* atau *mangrove crabs*. Sebagai hewan tropis yang merupakan jenis terbesar dari kepiting Portunidae, kelompok ini memiliki kemampuan memijah sepanjang tahun, sehingga dapat lebih menunjang kondisi potensinya. Selain itu, Kepiting Bakau merupakan Kepiting niaga yang mempunyai potensi untuk dikembangkan, karena rasa dagingnya yang enak dan kandungan protein yang tinggi (62,72 %) serta dagingnya yang mudah dicerna (Fujaya *et al*,2001).

Sulawesi Selatan merupakan salah satu penghasil Kepiting Bakau. Kepiting bakau telah menjadi komoditas perikanan penting bagi masyarakat khususnya di Kabupaten Bone dengan memiliki sumber daya alam yang sangat

potensial dalam usaha pertanian maupun perikanan karena didukung struktur tanah tergolong subur sehingga dimanfaatkan oleh masyarakat untuk bertambak dan bercocok tanam salah satunya yaitu membudidayakan Kepiting Bakau. Kabupaten Bone adalah salah satu daerah sentra produksi Kepiting Bakau yang memiliki potensi untuk melakukan budidaya terutama budidaya Kepiting Bakau. komoditas Kepiting Bakau telah lama dikenal oleh masyarakat melalui usaha penangkapan. Peningkatan jumlah produksi Kepiting Bakau adalah sumbangsi dari Kecamatan Mare, akan tetapi meskipun produksinya pernah mengalami peningkatan belum mampu memenuhi permintaan pasar karena ketersediaan benih Kepiting yang kurang karena pasokan benih masih tergantung pada alam atau musim sehingga benih yang digunakan dalam budidaya Kepiting pun hasil tangkapan dari alam bukan hasil pembenihan.

Kepiting Bakau merupakan salah satu mata pencaharian bagi masyarakat Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone yang sebagian masyarakatnya merupakan peternak kepiting berkualitas selain melakukan penangkaran, sebagian warga juga lebih memilih menangkap Kepiting langsung dari sungai. Membudidayakan Kepiting Bakau dengan cara membuatkan empang dan bebas dari pencemaran apapun dan lingkungan yang aman dan terbebas dari predator. Para petani dalam pembudidayaan Kepiting Bakau dengan apa yang dipilihnya berdasarkan pengalaman seperti tempat pembudidayaan Kepiting dekat dengan pantai atau sumber air selain daripada itu pemilihan benih Kepiting dengan memilih benih yang fisiknya sehat dan tidak memiliki cacat ditubuhnya, ukurannya besar dan berperilaku gesit. Salah satu daerah penghasil

Kepiting terbesar adalah Kecamatan Mare. Peningkatan jumlah produksi Kepiting Bakau pada tahun 2016 akan tetapi seiring permintaan Kepiting Bakau terus meningkat, jumlah produksinya belum mampu memenuhi permintaan pasar Kepiting Bakau meskipun produksinya pernah mengalami peningkatan.

Tabel 1 Data Produksi Kepiting Bakau Kabupaten Bone 2013- 2018

| No | Tahun | Produksi (Ton) |
|----|-------|----------------|
| 1  | 2013  | 1.032,00       |
| 2  | 2014  | 1.135,20       |
| 3  | 2015  | 1.067,30       |
| 4  | 2016  | 1.223,00       |
| 5  | 2017  | 1.146,30       |
| 6  | 2018  | 1.470,00       |

Sumber : Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bone, 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi kepiting tahun akhir 2018 sebanyak 1.032,00 ton, tahun 2013 mengalami kenaikan sampai pada tahun 2018 sebanyak 1.470,00 ton, walaupun sempat mengalami penurunan pada tahun 2015 dan 2017. Berdasarkan uraian diatas, melihat adanya potensi keuntungan baik dari segi finansial maupun pemasaran Kepiting maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul Analisis Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana saluran pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege, Kecamatan Mare Kabupaten Bone?
2. Menghitung margin pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege, Kecamatan Mare Kabupaten Bone?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah

- 1) Untuk mengidentifikasi saluran pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege, Kecamatan Mare, Kabupaten Bone.
- 2) Untuk mengetahui margin pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege, Kecamatan Mare, Kabupaten Bone.

### **1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat dan kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai informasi ilmiah dan pertimbangan bagi petani dalam mengelolah usahatambak yang efisien
2. Bagi instansi terkait, sebagai bahan informasi dalam pengambilan keputusan untuk perencanaan, peningkatan dan pengembangan produksi Kepiting.
3. Bagi mahasiswa, sebagai rujukan untuk penelitian dan menambah wawasan dalam proses akademik.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kepiting Bakau

Kepiting Bakau atau dalam bahasa ilmiah disebut (*Scylla sp*), merupakan kepiting yang hidup di perairan payau terutama di kawasan Bakau (mangrove). Kepiting Bakau memiliki ciri-ciri morfologi sebagai berikut yaitu Kepiting ini memiliki lebar karapas lebih besar daripada ukuran panjang tubuhnya dan permukaannya licin. Kepiting Bakau jantan memiliki sepasang capit yang lebih panjang dibanding Kepiting Bakau betina yaitu hampir dua kali panjang karapasnya. Kepiting Bakau (*Scylla Serrata*) merupakan salah satu jenis krustasea yang mempunyai nilai ekonomis tinggi dan hidup di perairan pantai khususnya hutan Bakau (mangrove) (Kanna, 2002).

Kepiting Bakau adalah salah satu potensi yang ada di hutan mangrove dan belum banyak diketahui. Kepiting Bakau termasuk sumberdaya perikanan pantai yang mempunyai nilai ekonomis penting dan mempunyai harga yang mahal (Hia, *et al*, 2013) *Scylla Serrata* merupakan komoditas ekspor disamping rajungan (*Portunus pelagicus*). Bila rajungan mempunyai nilai ekonomis penting sebagai daging dalam kaleng atau dalam keadaan beku, maka Kepiting Bakau dapat dipasarkan dalam keadaan hidup karena lebih tahan hidup di luar air (Syahrera,etal 2016). Kepiting Bakau telah menjadi komoditas perikanan penting di Indonesia sejak awal tahun 1980-an. Perikanan Kepiting Bakau di Indonesia diperoleh dari penangkapan stok alam di perairan pesisir, khususnya di areamangrove atau estuaria dan dari hasil budidaya di tambak air payau. Akhir-

akhir ini, dengan semakin meningkatnya nilai ekonomi perikanan Kepiting, penangkapan Kepiting Bakau juga semakin meningkat. Namun bersamaan dengan itu, rata-rata pertumbuhan produksi Kepiting Bakau di beberapa provinsi penghasil utama Kepiting Bakau justru agak lambat dan cenderung menurun (Wijaya, *et al* 2010).

Sejak tahun 1980-an Kepiting Bakau telah menjadi komoditas perikanan penting, mempunyai nilai ekonomis penting, dan memiliki harga yang tinggi baik di pasar dalam negeri maupun luar negeri antara lain di Asia (Singapura, Thailand, Thailand, Hongkong, China) (Rusdi dan Hanafi, 2009), maupun di Amerika dan Eropa. Dalam perdagangan internasional jenis Kepiting Bakau dikenal sebagai *Mud Crab* atau bahasa latinnya *Scylla sp.* Perkembangan usaha perdagangan Kepiting Bakau sampai saat ini terus meningkat karena peluang pasar ekspor yang terbuka luas (dengan lebih dari 10 negara konsumen), potensi lahan bakau yang merupakan habitat hidupnya cukup besar, pengetahuan dan teknologi semakin meningkat baik budidaya (pembenihan, pembesaran), maupun teknologi penangkapannya peluang pasar yang cukup besar dengan harga tinggi tersebut menyebabkan bisnis Kepiting berkembang di banyak tempat di Negara kita seperti di Kalimantan (Kalimantan timur, Kalimantan Selatan, Kalimantan Utara), Sulawesi (Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara Sulawesi Tengah), Jawa (Sumbang, Indramayu, Cilacap, Pematang, Gresik, Sidoarjo).

## 2.2 Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen dan penjual Kepiting di pasar. Dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan sesuai produk yang dipasarkan. Biasanya mereka melibatkan masyarakat setempat untuk menjual hasil Kepiting Bakau. Selain itu dengan adanya pemasaran juga sangat membantu konsumen. Jadi mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai apa yang mereka butuhkan ketika pemasaran sesuai dengan targetnya. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran (Boyd, 2000). Pemasaran menurut Stanton (1996) adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Pemasaran merupakan suatu mata rantai penting dalam kegiatan perikanan.

Pemasaran merupakan suatu mata rantai penting dalam kegiatan perikanan. Usaha pemasaran dapat berperan dalam pembentukan harga, penyerapan produksi, tumbuhnya industri perikanan dan peningkatan pelaku pemasaran (Manadiyanto, et.al 1996).

Pemasaran hasil perikanan mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran hasil pertanian umumnya terdiri dari produsen (perusahaan/petani kepiting), pedagang perantara (grosir), pedagang eceran dan konsumen.
2. Kedudukan terpenting dalam pemasaran hasil pertanian terletak pada pedagang pengumpul berfungsi sebagai pengumpul hasil karena daerah produksi terpencar, skala produksi kecil dan produksinya berlangsung musiman.
3. Pada umumnya pedagang pengumpul memberi kredit kepada produsen (nelayan) sebagai jaminan untuk dapat memperoleh bagian terbesar dari hasil perikanan.
4. Pemasaran hasil perikanan tertentu pada umumnya bersifat musiman, dalam hal ini adalah perikanan laut (A.H Hanafiah dan A.M Saefuddin, 1983).

Adapun Jenis-jenis pemasaran

#### 1. Branding

Produk dan layanan harus memiliki target pasar, dan nama atau merek untuk dikenal adalah bentuk pemasaran yang memiliki fungsi sebagai jangka Panjang. Ini sangat untuk membuat produk atau layanan menjadi lebih menarik dan terkenal. Branding sering kali menyertakan nama, slogan, dan logo.

#### 2. Iklan Siaran

Menggunakan radio sebagai media pemasaran adalah salah satu bentuk iklan berbayar yang paling umum. Pemasaran kepelanggan sangat potensial ketika menggunakan radio karena pendengar radio benar-benar mendengarkan apa yang

diucapkan oleh penyiarinya. Selain itu, juga bisa menggunakan media TV untuk menjangkau pelanggan secara luas (Sugiyono, 2017).

### 2.3 Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran didefinisikan sebagai aktivitas utama dalam menjalankan proses pemasaran. Menurut Armand (2002), lembaga pemasaran merupakan 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. Dalam melakukan fungsi pemasaran ada empat tipe fungsi pemasaran yaitu:

#### 1. Pengenalan Kepiting Bakau

Pengenalan menjadi fungsi utama dari sebuah pemasaran yang dilakukan oleh masyarakat. Dengan adanya pemasaran Kepiting akan lebih muda kenal oleh pelanggan. Pemasaran harus menunjukkan keunggulan dari budidaya Kepiting yang dipasarkan sehingga bisa lebih menarik perhatian dibanding budidaya kepiting pesaing.

#### 2. Riset

Riset memungkinkan pemasaran untuk mendapatkan informasi yang tepat mengenai pasar target. Beberapa hal yang biasa di riset adalah kepopuleran, usia, jenis kelamin disesuaikan dengan apa yang sesuai dengan target pasarnya.

#### 3. Distribusi

Dengan yang distribusi yang baik, akan memastikan bahwa Kepiting Bakau dapat mudah dipindahkan dari lokasi produksi ke pasar luas menggunakan

jalur darat, air, dan laut. Selain itu juga memastikan bahwa produk Kepiting Bakau dapat dengan mudah didapatkan oleh pelanggan. sebagai pemasar juga harus merencanakan segala sesuatunya seperti armada, keuangan dalam proses distribusi.

#### 4. Layanan purna jual

Dalam sebuah penjualan, layanan setelah penjualan memang sangat dibutuhkan. Pemasar harus membantu pelanggan setelah mereka membeli produk. Misalnya seperti budidaya Kepiting Bakau pelanggan akan merasa kesulitan ketika menemukan masalah pada Kepiting Bakau yang telah mereka beli. Tugas pemasar memastikan dan membantu agar pemasaran kepiting berjalan semestinya. (Sugi 2017).

#### 2.4 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, penyalur ini secara aktif akan mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen.

Pemasaran hasil pertanian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan pemasaran suatu produk, kita harus mempertimbangkan saluran pemasaran yang dapat dipakai untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen.

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (2006) saluran pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan mana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen.

Menurut Kotler (1996) mengemukakan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Sedangkan menurut Swastha (1999) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada. Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Saluran distribusi langsung

Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara.

2. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara

Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli

Analisis margin pemasaran dan share harga merupakan salah satu cara untuk mengetahui tingkat efisiensi suatu pemasaran. Margin pemasaran dapat diketahui dari perhitungan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan lembaga pemasaran yang ikut berperan dalam proses pemasaran. Margin pemasaran dengan kata lain juga dapat diartikan sebagai perbedaan harga yang diterima petani dengan pedagang perantara.

## 2.6 Pemasaran Kepiting bakau

Kepiting Bakau merupakan salah satu komoditas perikanan pantai yang mempunyai nilai ekonomis penting (Monoarfa *et al*, 2013). Secara lebih formal, pemasaran Kepiting Bakau adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan. Kepiting Bakau yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan eksekusi mulai dari tahap, konsepsi, penetapan harga, promosi, hingga distribusi barang-barang, ide-ide dan jasa, untuk melakukan pertukaran yang memuaskan individu dan lembaga-lembaganya.

Pemasaran adalah kreasi dan realisasi sebuah standar hidup, pemasaran mencakup kegiatan:

1. menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen
2. kemudian merencanakan dan mengembangkan sebuah produk atau jasa yang akan memenuhi keinginan tersebut
3. kemudian memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

| No | Nama   | Judul   | Hasil Penelitian   |
|----|--|---|--|
| 1  | Joko,H. Mustakim<br>dan Sahrudin               | Strategi Pemasaran<br>Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Kepiting Bahari di Desa Bontu-bontu Kecamatan Towea Kabupaten Muna | analisis penelitiannya yang menyatakan bahwa menunjukkan usaha keping di Bontu-Bontu mempunyai kekuatan yang cukup baik dalam operasinya.      |
| 2  | Abd. Rahim, Dian Retno Dwi Astuti Nasrun Rusli | Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Kepiting Segar   | saluran pemasaran keping segar di Maros pemasarannya tidak efisien dan margin pemasaran keping segar dipengaruhi secara positif dan signifikan |

|   |                                     |   |   |
|---|-------------------------------------|---|---|
| 3 | Evi Ramadhani Parapat, Abdurrachman | Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang  | Hasil penelitian menunjukkan Efisiensi pemasaran kepiting bakau di Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang pada saluran I sebesar 5,75% dan nilai efisiensi pemasaran pada saluran II sebesar 131%.  |
| 4 | Werianty Zeak, dkk.                 | Skirinning Pigmen Karotenoid Pada Kepiting <i>Grapsus</i> sp. Dengan menggunakan Pemisahan Kromatografi | <i>Grapsus</i> sp. Memiliki kandungan pigmen dari <i>Grapsus</i> ini menggunakan pemisahan kromatografi lapis tipis dan kromatografi kolom. Ekstrak karapas kepiting <i>Grapsus</i> sp. Memiliki jenis pigmen karoten,echinenone,canthaxanthin dan astaxanthin. |

|   |                         |  |  |
|---|-------------------------|--|--|
| 5 | Erly Kagalis            | Pertumbuhan dan Kelulusan Hidup Kepiting Bakau ( <i>Scylla Serrata</i> , <i>Forskal</i> ) Dengan Perlakuan Salinitas Berbeda         | Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan salinitas 4 ppt adalah perlakuan terbaik untuk kepiting bakau, tetapi tidak berpengaruh pada nilai kelulusan hidup.   |
| 6 | Arthur Muhammad Farhaby | Kajian Karakteristik Biometrika Kepiting Bakau ( <i>Scylla</i> sp) di Kabupaten Pemalang, Studi Kasus di Desa Mojo Kecamatan Ulujami | Pola pertumbuhan kepiting bakau di ketiga lokasi penelitian menunjukkan bahwa pola pertumbuhan allometrik negatif yaitu pertambahan lebar karapas lebih cepat dibandingkan dengan pertambahan bobot atau berat tubuh. Pola pertumbuhan kepiting bakau baik jantan maupun betina. |

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| 7 | <p>Agus A. Santoso dan Amran R.Syam</p> | <p>Sebaran Temporal Faktor Kondisi Kepiting Bakau (<i>Scylla serrata</i>) di Perairan Pantai Mayangan, Kabupaten Subang, Jawa Barat</p> | <p>Hasil menunjukkan nilai antara kepiting jantan dan betina berbeda nyata. Keduanya memiliki pola pertumbuhan allometrik negatif dengan nilai kepiting jantan lebih besar dibandingkan betina.</p> |
| 8 | <p>Masitah, Didi Rukmana, Budiawan</p>  | <p>Analisis Produksi Kepiting Bakau (<i>Scylla Serrata</i>) Kabupaten Bone</p>  | <p>menunjukkan bahwa peningkatan produksi kepiting bakau dengan adanya kepastian ketersediaan benih melalui perbaikan habitat mangrove.</p>   |

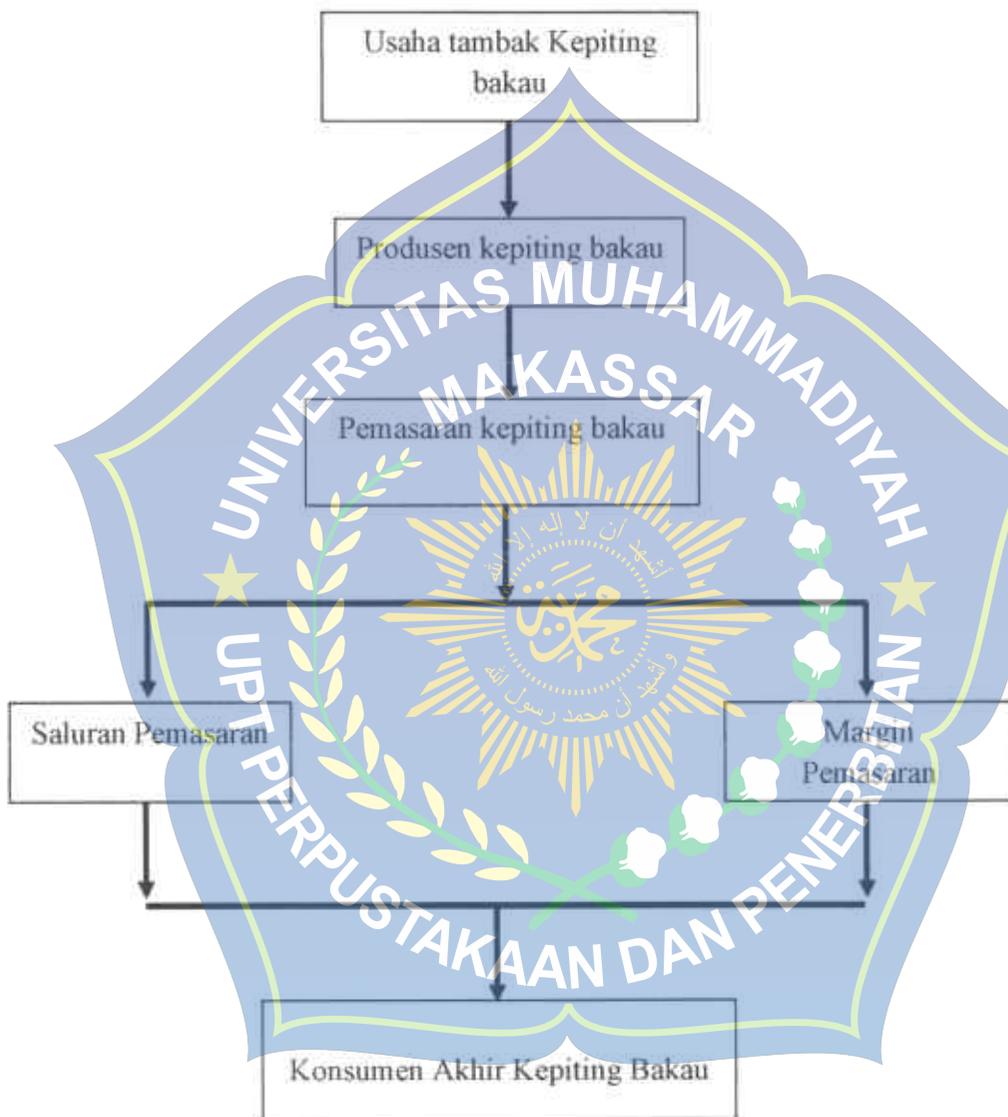
|    |                |   |  |
|----|----------------|---|--|
| 9  | Siti Masyiah   | Potensi Kepiting Bakau <i>Scylla Serrata</i> (Frosskal, 1775) di Kabupaten Merauke Provinsi Papua | analisis dengan menggunakan teori Fox Tingkat eksploitasi kepiting bakau di Kabupaten Merauke 1- mengalami kondisi tingkat over exploited atau lebih tangkap.                  |
| 10 | Rianta Pratiwi | Biologi Kepiting Bakau ( <i>Scyllasp</i> ) di Perairan Indonesia                                  | Kepiting bakau merupakan jenis terbesar dari kepiting portunidae yang memiliki kemampuan memijah sepanjang tahun dan kepiting niaga yang mempunyai potensi untuk dikembangkan. |

## 2.8 Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir dalam penelitian ini berupa pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone. Penulis melakukan analisis mengenai margin dan saluran pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone. Penulis melakukan analisis mengenai margin pemasaran dan saluran pemasaran Kepiting Bakau. Data yang digunakan merupakan data primer yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden petani Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone. Kepiting merupakan salah satu sumber mata pencaharian bagi masyarakat Desa Cege sampai saat ini, yaitu dengan cara membudidayakan dalam empang yang bebas dari pencemaran lingkungan. Namun cara petani memasarkan hasilnya masih menggunakan cara sederhana. Berdasarkan hal tersebut, penulis perlu menganalisis proses pemasaran yang diterapkan oleh petani dengan menggunakan analisis margin pemasaran dan saluran pemasaran.

Dari usaha tambak Kepiting Bakau yang ada di Desa Cege telah diteliti mengenai pemasaran pada beberapa produsen kepiting yang menjadi sampel dalam penelitian yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan terdiri dari dua aspek penting yaitu saluran pemasaran dan margin pemasaran. Saluran pemasaran adalah saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen sedangkan margin pemasaran adalah selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen kedua aspek tersebut dilihat sampai kepada konsumen akhir Kepiting Bakau. Analisis pemasaran Kepiting Bakau di Desa

Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone kerangka pemikiran penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Analisis Pemasaran Kepiting Bakau Di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Cege, Kecamatan Mare, Kabupaten Bone bulan Agustus sampai bulan Oktober 2020. Pemilihan lokasi ini secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan lokasi penelitian merupakan wilayah pengembangan Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone.

#### 3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi penelitian ini adalah petambak yang membudidayakan Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone berjumlah 12 orang petambak. Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara teknik sensus atau sampel jenuh, dimana keseluruhan populasi dijadikan sampel, sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 12 orang petambak kepiting bakau.

Sedangkan untuk pedagang menggunakan *snowball sampling* atau bola salju semakin ke bawah maka semakin luas atau besar dengan penelusuran jalur pemasaran yang didapat dari informasi petani, menelusuri pedagang-pedagang yang terkait dengan pemasaran Kepiting Bakau dari produsen sampai ke konsumen akhir. Sampel penelitian ini yaitu pedagang pengumpul sebanyak 2 orang, pedagang besar sebanyak 1 orang.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah Data Kualitatif dan Data Kuantitatif.

1. Data Kualitatif adalah data yang dideskripsikan dengan kata, bukan dalam bentuk angka. Dalam penelitian ini, data kualitatif berupa deskripsi mengenai saluran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone
2. Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan, diperoleh dari hasil analisis. Dalam penelitian ini, data kuantitatif yakni data margin Kepiting Bakau. Sumber Data dalam penelitian ini adalah Primer dan Sekunder.

a) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan responden pembudidayaan kepiting bakau.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil penelusuran pustaka atau pencarian literature, data Monografi Desa, data Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bone, Badan Pusat Statistik Kabupaten Bone.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian Akan dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data purposive sebagai berikut:

1. Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap keadaan lokasi penelitian, terutama yang berhubungan dengan usaha Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone.

2. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data primer dalam bentuk deskripsi dan numerik kepada pihak-pihak yang terkait pada Usaha Kepiting Bakau dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang akan dijawab oleh responden.
3. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dalam bentuk catatan-catatan atau gambar yang dapat memberikan keterangan yang lebih lengkap sehubungan dengan data tentang penelitian kepiting bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone.

### 3.5 Teknik Analisis Data

1. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel saluran pemasaran kepiting bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone dan kuantitatif pada margin pemasaran dan kualitatif berupa deskriptif untuk saluran pemasaran.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran pada setiap tingkat digunakan rumus :

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana :

Mp = Margin Pemasaran Kepiting Bakau

Pr = Harga Kepiting Bakau tingkat konsumen

Pf = Harga Kepiting Bakau tingkat produsen

### 3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional yang digunakan selama penelitian ini yaitu meliputi pengertian-pengertian yang digunakan untuk memudahkan dalam pengambilan data dan informasi serta menyamakan persepsi:

- 1) Kepiting Bakau merupakan jenis Kepiting yang hidup di perairan payau terutama di kawasan bakau (mangrove) dan diusahakan oleh petambak di Desa Cege.
- 2) Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya
- 3) Lembaga pemasaran adalah orang atau lembaga yang terlibat langsung dalam proses pengaliran barang dari petani produsen sampai konsumen.
- 4) Pedagang besar adalah lembaga yang membeli Kepiting Bakau dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul atau langsung dari petani produsen.
- 5) Pedagang pengecer adalah lembaga yang menjual Kepiting Bakau dari pedagang besar ke konsumen akhir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil.
- 6) Konsumen adalah pembeli Kepiting Bakau atau pedagang dalam bentuk bahan mentah dari petani yang kemudian diolah kembali menjadi bahan baku
- 7) Petambak adalah orang yang membudidayakan, Kepiting Bakau, kemudian menggunakan hasil produksinya lalu dijual ke konsumen.
- 8) Fungsi pemasaran didefinisikan sebagai aktivitas utama dalam menjalankan proses pemasaran.

## IV. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

### 4.1 Letak Geografis

Desa Cege adalah Desa yang terletak di Kecamatan Mare Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan. Desa Cege terdiri dari 3 dusun antara lain: Dusun Bulu, Dusun Nipa dan Dusun Pokkori. Desa Cege adalah Desa pertanian dan perkebunan. Luas Desa Cege sekitar 2.800m<sup>2</sup> sebagian besar lahan Desa Cege digunakan sebagai lahan pertanian, perkebunan dan peternakan selebihnya dijadikan tempat tinggal penduduk. Iklim Desa Cege sebagaimana Desa-Desa lain di wilayah Indonesia beriklim tropis dengan dua musim, yakni musim kemarau dan musim hujan.

Wilayah Desa Cege secara umum adalah daerah dataran rendah memiliki kondisi geografi, pada umumnya dataran tinggi dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Timur : Teluk Bone
- Sebelah Utara : Desa Sumaling
- Sebelah Barat : Desa Mattampa Walie
- Sebelah Selatan : Desa Data

Wilayah Desa Cege berada pada ketinggian pada ketinggian 0 - 80 meter di atas permukaan laut (DPL) dengan topografi lapangan daratan gelombang, berbukit-bukit dan bergunung. Iklim di Desa Cege terjadi tiga musim yaitu musim barat, musim timur dan musim pengalihan.

## 4.2 Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk merupakan salah satu syarat bagi terbentuknya suatu negara dan sekaligus sebagai aset atau modal bagi suksesnya pembangunan disegala bidang kehidupan. Oleh karena itu kehadiran dan peranan sangat menentukan bagi perkembangan suatu wilayah, baik dalam skala kecil maupun dalam skala besar. Untuk mengetahui keadaan penduduk Desa Cege dapat dilihat dari segi umur, jenis kelamin, pendidikan dan mata pencaharian.

### 4.2.1. Penduduk Berdasarkan Klasifikasi Umur dan Jenis Kelamin

Jumlah penduduk di Desa Cege sebanyak 1.258 jiwa. Pria 594 jiwa dan wanita 664 jiwa. Untuk mengetahui jumlah penduduk di Desa Cege dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|----|---------------|--------|----------------|
| 1  | Laki-Laki     | 594    | 48,62          |
| 2  | Perempuan     | 664    | 51,38          |
|    | Jumlah        | 1.258  | 100,00         |

Sumber : Monografi Kantor Desa Cege, 2020.

Tabel 2 menunjukkan bahwa, dapat dilihat dengan jelas bahwa antara jumlah pria lebih sedikit dari pada wanita. Dimana jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin pria sebesar 48,62% dan wanita 51,38.

### 4.2.2. Mata Pencaharian

Sumber mata pencaharian penduduk di Desa Cege adalah Petani, Nelayan, Pedagang, Pegawai, ABRI, dan Jasa. Untuk lebih jelasnya tentang mata pencaharian penduduk seperti tertera pada Tabel 3.

Tabel 3. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No     | Mata Pencaharian     | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|--------|----------------------|----------------|----------------|
| 1.     | Petani               | 404            | 32,11          |
| 2.     | Nelayan              | 210            | 15,95          |
| 3.     | Pedagang             | 250            | 19,74          |
| 4.     | Pegawai Negeri Sipil | 194            | 15,34          |
| 5.     | Petambak             | 200            | 15,89          |
| Jumlah |                      | 1.258          | 100,00         |

Sumber : Monografi Kantor Desa Cege, 2020

Pada Tabel 3 terlihat bahwa penduduk di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone, mata pencaharian yang tertinggi adalah Petani sebanyak 404 orang atau 32,11 % dan yang terendah ialah penduduk yang bermata pencaharian sebagai Pegawai Negeri Sipil 15,34 %.

#### 4.2.3 Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pembangunan pendidikan dititikberatkan pada peningkatan mutu dan perluasan kesempatan belajar disemua jenjang pendidikan mulai dari taman kanak-kanak sampai kepada perguruan tinggi. Upaya peningkatan pendidikan yang ingin dicapai tersebut agar menghasilkan manusia seutuhnya, sedangkan perluasan kesempatan belajar dimaksud agar penduduk usia sekolah setiap tahunnya mengalami peningkatan sejalan dengan laju pertumbuhan penduduk.

Tingkat pendidikan penduduk Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone, umumnya merata dari tingkat pendidikan rendah sampai tingkat pendidikan tinggi. Hal ini disebabkan karena banyak diantara mereka yang menyadari betapa pentingnya pendidikan dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman mereka tentang pendidikan digolongkan cukup tinggi, sehingga dalam penyerapan suatu inovasi diharapkan dapat berjalan dengan cepat.

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang berhubungan dengan tingkat pengetahuan. Dalam hal ini, pengetahuan yang dimaksud adalah pengetahuan tentang penyuluhan pertanian yang ada di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone. Untuk lebih jelasnya Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Penduduk berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No     | Tingkat Pendidikan | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|--------|--------------------|----------------|----------------|
| 1      | Tidak Sekolah      | 336            | 25,28          |
| 2      | SD                 | 436            | 32,73          |
| 3      | SMP                | 106            | 10,22          |
| 4      | SMA                | 230            | 16,57          |
| 5      | Akademi            | 100            | 9,67           |
| 6      | Perguruan Tinggi   | 60             | 5,52           |
| Jumlah |                    | 1258           | 100,00         |

Sumber : Kantor Desa Cege, 2020

Tabel 4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone dengan persentase terbesar adalah penduduk yang tamat SD (32,73%), kemudian disusul berturut-turut penduduk dengan tingkat pendidikan tidak tamat SD (25,28%), tamat SMP (10,22%), tamat SMA (16,57%), tamat Akademi (9,67%) dan tamat perguruan tinggi (5,52%).

Kondisi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan tersebut pada dasarnya masih tergolong rendah, karena umumnya berada pada golongan penduduk tamat SD, namun secara keseluruhan tingkat pendidikan merata mulai dari SD sampai sarjana, sehingga penyebaran ilmu pengetahuan formal dapat dilakukan melalui proses sosialisasi hubungan bermasyarakat.

### 4.3 Sarana Pertanian

Sarana pertanian yang digunakan oleh petambak dalam melakukan kegiatan usaha taninya sehari-hari di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Sarana Pertanian di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Jenis sarana pertanian | Jumlah |
|----|------------------------|--------|
| 1. | <i>Traktor</i>         | 48     |
| 2. | <i>Power Thresher</i>  | 12     |
| 3. | <i>Huller</i>          | 10     |
| 4. | <i>Handspray</i>       | 137    |
| 5. | <i>Pompa Air</i>       | 38     |

Sumber : Monografi Kantor Desa Cege, 2020.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa, sarana pertanian yang banyak dimiliki petani dan digunakan dalam kegiatan usahatani yakni hand pray sebanyak 137 buah sedangkan hand traktor yang dimiliki petani sebanyak 48 unit.

### 4.4 Keadaan Wilayah Desa Cege

Kondisi wilayah Desa Cege Kecamatan Mare merupakan suatu daerah yang cukup potensial untuk dijadikan daerah perkebunan dan pertanian dengan komoditas yang beragam, hal ini disebabkan karena kondisi lahan yang subur dan cukup baik untuk beberapa komoditas.

Pola penggunaan lahan pada dasarnya terdiri dari lahan sawah dan lahan kering yaitu lahan sawah. Untuk lebih jelasnya mengenai lahan dan luasnya dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Pola Penggunaan Lahan di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No    | Penggunaan Lahan  | Luas Lahan (Ha) | Persentase (%) |
|-------|-------------------|-----------------|----------------|
| 1     | Sawah tadah hujan | 292,00          | 68,77          |
| 2     | Tegalan           | 18,38           | 4,33           |
| 3     | Pekarangan        | 49,75           | 11,72          |
| 4     | Tambak            | 64,50           | 15,19          |
| Total |                   | 424,63          | 100,00         |

Sumber Data : Monografi Desa Cege, 2020

Penggunaan lahan di Desa Cege sebanyak (68,77%) untuk sawah yakni seluas 292 hektar dan tambak seluas 64,50 hektar. Hal ini sejalan dengan sebagian besar penduduk yang memiliki mata pencaharian sebagai petani dan petambak



## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Identitas Petambak Kepiting Bakau

Petambak dalam mengelola usahanya juga dapat menetapkan atau menentukan alternatif yang ingin diusahakan pada setiap bidang lahannya, salah satu diantaranya adalah menentukan jenis apa yang akan diusahakan. Namun demikian seorang petambak tidak terlepas dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi usaha Kepiting Bakau antara lain umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusahatambak serta luas lahan.

#### 5.1.1 Umur

Petambak muda yang sehat mempunyai kemampuan fisik untuk bekerja daripada petambak tua, petambak muda juga umumnya lebih cepat menerima hal baru dari pada petani yang berusia lanjut, karena mereka lebih berani menanggung resiko, dan juga karena mereka masih kurang memiliki pengalaman sehingga petambak muda harus lebih dinamis supaya mendapat pengalaman baru lebih cepat untuk pembangunan usahatani. Sebaliknya petani yang relatif tua memiliki kapasitas pengelolaan yang lebih baik dan matang karena memiliki banyak pengalaman. (Tuwo.A, 2011)

Tabel 7 Responden Berdasarkan Kelompok Umur Petambak di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Tingkat (Umur) | Jumlah(orang) | Persentase(%) |
|----|----------------|---------------|---------------|
| 1. | 35 – 43        | 5             | 41,67         |
| 2. | 44 – 52        | 3             | 25,00         |
| 3. | 53 – 61        | 4             | 33,33         |
|    | Total          | 12            | 100,00        |

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 7 dapat diperoleh gambaran bahwa umur petambak bervariasi mulai usia 35 tahun hingga lebih dari 61 tahun, sedangkan persentase terendah pada kelompok umur 44- 52 tahun 3 orang (25,00 %). Hal ini menunjukkan bahwa pada rentang umur masih ingin menambah informasi dan pengetahuan tentang mengelola tambak. Terlihat pula bahwa petani yang berumur 35 – 43 tahun memiliki jumlah 5 orang (41,67%) sebagai persentase tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa pada rentang umur ini masih memiliki kemauan dalam upaya meningkatkan produksi Kepiting Bakau, sehingga memberikan penghasilan tambahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

### 5.1.2 Tingkat Pendidikan

Pendidikan petambak berupa pendidikan formal dan nonformal. Dalam penelitian ini pembahasan dikhususkan pada pendidikan formal, dengan melihat lamanya tahun pendidikan. Dengan pendidikan formal yang memadai, petambak dapat lebih tanggap terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dalam usahatani. Selain itu tingkat pendidikan juga mempengaruhi dalam

pengambilan keputusan dalam mengelola usahataniya. Tingkat pendidikan petani responden dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8 Tingkat Pendidikan Petambak di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|--------------------|----------------|----------------|
| 1. | SD                 | 7              | 58,33          |
| 2. | SMP                | 3              | 25,00          |
| 3. | SMA                | 2              | 16,67          |
|    | Total              | 12             | 100,00         |

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 8 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petambak responden masih tergolong rendah atau berpendidikan setingkat SD, dengan persentase tertinggi yaitu 58,33 persen dengan jumlah 7 orang. Hal ini menunjukkan rata-rata petambak pada tingkat pendidikan ini, telah lama berusahatambak dan memiliki pengalaman dari orang tua dalam mengelola tambak. Walaupun terdapat juga SMA (16,67 %) dan tingkat SMP (25,00 %). Jadi tingkat pendidikan petambak responden menunjukkan bahwa pendidikan petambak responden dianggap mampu menerima dan menyerap informasi tentang pemasaran Kepiting Bakau.

### 5.1.3 Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap usahatambak. Tanggungan keluarga petambak responden yang dimaksud adalah yang terdiri dari istri, anak dan anggota keluarga lainnya yang tidak bersama maupun bersama

dalam satu rumah dan menjadi tanggungan hidup responden. Jumlah tanggungan keluarga petambak responden dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Tanggungan Keluarga Petambak di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No    | Tanggungan Keluarga<br>(orang) | Jumlah<br>(orang) | Persentase (%) |
|-------|--------------------------------|-------------------|----------------|
| 1     | 1 – 2                          | 2                 | 16,67          |
| 2     | 3 – 4                          | 7                 | 58,33          |
| 3     | 5 – 6                          | 3                 | 25,00          |
| Total |                                | 12                | 100,00         |

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 9 menunjukkan bahwa persentase jumlah tanggungan keluarga petambak responden yang terbanyak adalah yang mempunyai tanggungan keluarga antara 3 – 4 orang yaitu sebesar 58,33 persen, hal ini menunjukkan tanggungan petambak semakin lebih besar dalam pemenuhan kebutuhan keluarga dan sisanya yang terkecil 16,67 persen adalah responden yang mempunyai tanggungan keluarga 1 – 2 orang. Keadaan demikian sangat mempengaruhi tingkat kesejahteraan keluarga dan untuk peningkatan produksi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dari usaha tambak Kepiting Bakau.

#### 5.1.4 Pengalaman Usaha Tambak

Pengalaman petambak responden akan mempengaruhi cara pengelolaan usaha tambaknya. Semakin banyak pengalaman berusahatambak seorang petambak maka semakin banyak pengetahuan yang didapatkan dan dapat diterapkan dalam berusahatani. mengemukakan bahwa pengalaman

berusahatambak dikatakan cukup berpengalaman apabila telah menggeluti usaha taninya selama 5 – 10 tahun, sedangkan sepuluh tahun keatas dikategorikan berpengalaman dan kurang dari 5 tahun dikategorikan kurang berpengalaman. Pengalaman Adapun pengalaman petambak dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10 Pengalaman Berusaha Petambak di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Pengalaman Usaha tambak(tahun) | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|--------------------------------|----------------|----------------|
| 1. | 10 – 18                        | 8              | 66,67          |
| 2. | 19 – 27                        | 3              | 25,00          |
| 3. | 28 – 36                        | 1              | 8,33           |
|    | Total                          | 12             | 100,00         |

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 10 menunjukkan bahwa pengalaman petambak responden dalam berusaha tambak berada pada kisaran antara 10 – 36 tahun, yang mana pengalaman 10 – 18 tahun adalah persentase tertinggi (66,67 %), hal ini menunjukkan bahwa pada rentang umur ini lebih besar keingintahuannya dalam mengelola tambak Kepiting Bakau serta didukung oleh keluarga mereka dalam melanjutkan usahanya. Pada kisaran pengalaman antara 28 – 36 tahun, yakni hanya 8,33 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman dalam mengelola tambak sangat erat hubungannya dengan keinginan petambak menjadi lebih baik lagi.

### 5.1.5 Luas Lahan Tambak

Perilaku petambak pemilik penggarap biasanya dapat mengalokasikan modal lebih besar, tetapi curahan tenaga kerja yang lebih sedikit. Untuk lebih jelasnya luas lahan petambak responden dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11 Kondisi Lahan Petambak di di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Luas lahan (ha) | Jumlah (orang) | Persentase(%) |
|----|-----------------|----------------|---------------|
| 1  | 0,20 – 0,29     | 4              | 33,33         |
| 2  | 0,30 – 0,39     | 5              | 41,67         |
| 3  | 0,40 – 0,49     | 3              | 25,00         |
|    | Total           | 12             | 100,00        |

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 10, diketahui bahwa luas lahan responden berada pada kisaran 0,25 – 0,66 hektar. Luas lahan terbesar adalah petani yang mempunyai luas lahan 0,25 – 0,38 sebesar 33,33 persen atau sebanyak 4 orang. Hal ini juga berarti bahwa petambak yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki lahan dengan luas yang relatif berbeda-beda. Dengan demikian melihat dari potensi lahan yang cukup untuk mengelola dan mengembangkan usaha tambak Kepiting Bakau.

### 5.2 Saluran Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege

Saluran pemasaran merupakan jalur yang dilalui barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir. Sistem saluran yang dilakukan perusahaan yaitu secara langsung dan tidak langsung. Yang dimana saluran pemasaran langsung itu tidak menggunakan perantara sedangkan sistem saluran tidak langsung itu menggunakan perantara dalam salurannya.

Panjangnya saluran pemasaran akan berpengaruh terhadap biaya pemasaran yang lebih tinggi mengakibatkan tingginya harga beli yang harus dibayarkan oleh konsumen akhir. Disisi lain, tingginya biaya pemasaran akan mendorong pedagang pengumpul untuk menekan harga jual ditingkat produsen atau petani. Selain itu transaksi antara pedagang pengumpul dan petani sering merugikan pihak petani karena petani hanya sebagai penerima harga (*price taker*).

Lembaga saluran pemasaran terdiri atas petani, pedagang pengumpul desa dan kecamatan, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen. Masing-masing lembaga distribusi mempunyai peranan penting dalam pemasaran Kepiting Bakau yaitu.

1. Petambak merupakan produsen kepiting bakau yang mengawali saluran pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege
2. Pedagang pengumpul merupakan pedagang yang melakukan aktivitas membeli Kepiting Bakau dan melakukan kesepakatan kepada konsumen dan pedagang besar seperti penetapan jumlah kepiting bakau yang diminta, harga jual serta sistem pembayaran kepada pedagang besar dan konsumen, pemesanan dilakukan melalui ketemu langsung dengan produsen serta melalui telepon seluler.
3. Pedagang Besar merupakan pedagang yang membeli Kepiting Bakau dari pedagang pengumpul kemudian menjualnya ke konsumen di Makassar (Perusahaan di Kawasan Industri Makassar).

4. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli Kepiting Bakau dari pedagang pengumpul yang ada di Kecamatan Mare dan menjualnya di Pasar Kabupaten Bone dan Sinjai.
5. Konsumen merupakan orang yang membeli langsung Kepiting Bakau dari pedagang produsen, pedagang pengumpul dan juga dari pedagang besar.

Panjangnya saluran pemasaran akan berpengaruh terhadap biaya pemasaran yang lebih tinggi mengakibatkan tingginya harga beli yang harus dibayarkan oleh konsumen akhir. Disisi lain, tingginya biaya pemasaran akan mendorong pedagang pengumpul untuk menekan harga jual ditingkat produsen atau petambak. Selain itu transaksi antara pedagang pengumpul dan petambak sering merugikan pihak petambak karena petambak hanya sebagai penerima harga (*price taker*). Berdasarkan informasi dari produsen dan pedagang perantara, saluran pemasaran Kepiting Bakau terdiri dari 3 pola saluran pemasaran. Dan pendapat dari salah satu warga Desa Cege yang bernama Bapak Amrullah selaku petambak Kepiting Bakau mengenai pemasaran yang dilakukan olehnya. Seperti kutipan hasil wawancara sebagai berikut.

*"Saya menangkap Kepiting Bakau di Empang dengan cara manual dan menggunakan alat yang sederhana setelah itu saya menjualnya kepedagang pengumpul langganan saya biasanya 2 kali seminggu dia datang untuk membeli Kepiting saya. Saya menjualnya dengan harga 30.000/kg namun itu tidak menentu jika harga Kepiting naik maka saya juga sering menjualnya diatas harga tersebut."* Jadi Bapak Amrullah adalah salah satu petambak yang ada di Desa Cege Kecamatan Mare dalam penangkapan Kepiting dia melakukannya sendiri

lalu kemudian dia menjualnya ke pedagang yang memang sering membeli hasil tangkapannya dengan harga 30.000/kg namun jika harga Kepiting naik maka dia juga menjual Kepiting diatas harga tersebut. Selain itu pedagang Kepiting Bakau yaitu Bapak Bahar selaku pedagang besar yang ada di Desa Cege berbeda pendapat atau beda keuntungan dengan Bapak Tamrin yang sebagai pedagang pengumpul yang ada di Dusun Bulu Desa Cege Bapak Bahar membeli dan menjual Kepiting Bakau berbeda tempat sedangkan Bapak Tamrin membeli dipetambak kepiting dan menjualnya ke pedagang pengecer. Seperti kutipan hasil wawancara oleh Bapak Bahar selaku pedagang besar.

*"Saya membeli Kepiting Bakau dari petambak kepiting di Desa Cege atau dari pedagang kepiting kemudian saya menjualnya ke Pasar yang ada di Kabupaten Bone dengan menggunakan transportasi pribadi dengan 1 sopir dengan hasil keuntungan penjualan 15.000/kg akan tetapi saya mengeluarkan biaya pemasaran 11.000/kg ke Pasar yang ada di Kabupaten Bone 2 kali 1 minggu".* Dalam saluran pemasaran Bapak Bahar bahwa dia membeli Kepiting Bakau dengan harga beli 40.000/kg dari petambak lalu menjualnya ke pasar Kabupaten Bone dengan harga yang berbeda yaitu sebesar 55.000 dengan biaya pemasaran 11.000/kg. Dan kemudian kutipan wawancara dari Bapak Tamrin selaku pedagang pengumpul yang ada di Desa Cege yaitu:

*" Saya membeli Kepiting Bakau dari petambak Kepiting dari Dusun ke Dusun yang ada di Desa Cege dengan harga 30.000/kg lalu saya jual kepada pedagang besar dan pedagang pengecer dengan harga 40.000/kg yang ada di pasar Mare".* pedagang pengumpul yang bernama Bapak Tamrin menceritakan

alur pemasaran Kepiting Bakau, dia membeli Kepiting Bakau dari petambak Desa Cege dengan harga sebesar 30.000/kg dan menjualnya kepedagang pengecer yang terdapat di pasar Mare dengan harga 40.000/kg. Saluran pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone. Kepiting Bakau di pasarkan atau dijual di kawasan industri dan rumah tangga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.

Saluran 1 :



Saluran 1 menunjukkan bahwa Saluran pemasaran petambak (produsen), memasarkan hasil produksinya berupa Kepiting Bakau kepada konsumen yang pada umumnya adalah masyarakat atau warga sekitar yang berdomisili dekat dari produsen dengan cara masyarakat yang datang ke produsen tersebut, sehingga tidak mengeluarkan biaya. Produsen menjual Kepiting Bakau ke konsumen berkisar Rp 30.000/kg

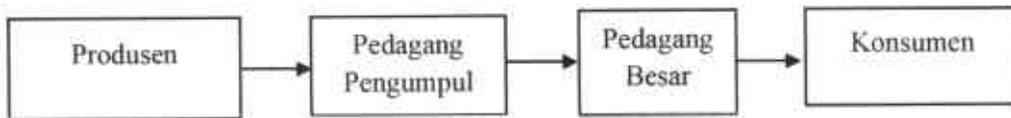
Saluran 2



Saluran Pemasaran 2, produsen menjual kepiting bakau ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 30.000/kg, dimana pedagang pengumpul langsung keprodusen Kepiting Bakau dengan jumlah yang disepakati. Produsen menjual

Kepiting ke pedagang pengumpul, selanjutnya pedagang pengumpul menjualnya ke pedagang pengecer di Kabupaten Bone dengan harga Rp. 40.000/ kg.

### Saluran 3



Saluran pemasaran 3, dimana pedagang pengumpul mengambil langsung ke produsen Kepiting Bakau dengan harga Rp. 30.000/kg, dan harga tersebut telah ditentukan oleh produsen. Pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar Rp. 40.000/kg. Pedagang besar menjual ke konsumen di Kota Makassar (Kawasan Industri Makassar) seharga Rp 55.000/kg.

Adapun Gambar 3, dimana saluran pemasaran kepiting bakau secara lengkap disajikan di bawah ini:



Saluran pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare terdapat beberapa Lembaga saluran pemasaran yang terlibat yakni produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen.

#### a. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I, petambak langsung menjual Kepiting Bakau kepada konsumen sehingga tidak terdapat pedagang perantara. Saluran ini digunakan apabila Kepiting yang dipanen petambak untuk pedagang pengumpul masih ada yang tidak memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh pedagang pengumpul berupa dimensi ukuran dan kualitas produk sehingga Kepiting yang tidak memenuhi kriteria akan dijual ke konsumen.

#### b. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II, petambak menjual Kepiting Bakau kepada pedagang pengumpul, dan pedagang pengumpul menjual kembali kepada pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer menjual Kepiting Bakau ke konsumen. Saluran ini dilakukan petambak Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone.

#### c. Saluran Pemasaran III

Saluran pemasaran III, petambak Kepiting Bakau menjual Kepiting Bakau kepada pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul menjual Kepiting Bakau kepada pedagang besar kemudian terakhir pedagang besar menjual kepada konsumen. Dengan ini dapat menunjukkan bahwa biaya pemasaran tertinggi berada di saluran III. Hal ini dikarenakan panjangnya jalur saluran pemasaran yang dilewati hingga sampai ke konsumen, hal ini sesuai dengan pendapat Dillon (2008), yang menyatakan bahwa semakin banyak kelembagaan tataniaga yang terlibat dalam pemasaran suatu produk ( atau dapat disebut semakin panjang saluran tataniaga), maka semakin tinggi biaya pemasaran komoditi tersebut. Dan dari ketiga saluran pemasaran yang ada di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten

Bone yang paling dominan atau yang paling sering dilakukan yaitu pada saluran pertama karena tidak membutuhkan biaya pemasaran yang besar dan lebih memungkinkan untuk dilakukan.

Identitas Responden sangat mempengaruhi dalam saluran pemasaran dan margin pemasaran Kepiting Bakau dapat dilihat dari umur, luas lahan dan lain – lain dari petambak Kepiting Bakau itu sendiri. Jika umur petambak Kepiting Bakau Sudah berumur 55 – 60 tentu berbeda pendapatan atau keuntungan yang diterima petambak yang lainnya yang masih mudah atau yang masih berumur 35 – 40 karena masih memiliki tenaga yang lebih kuat tentunya dari pada yang sudah berumur, selain itu dapat dilihat dari luas lahan petambak Kepiting Bakau jika lahan petmbak luas maka akan juga mendapatkan hasil yang banyak.

Keterlibatan lembaga pemasaran yang selanjutnya membentuk saluran pemasaran yang bervariasi tersebut akan menyebabkan harga dari masing masing saluran berbeda-beda. Hal ini disebabkan adanya perbedaan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Lembaga tataniaga melakukan fungsi-fungsi pemasaran dalam proses penyampaian dari produsen sampai ke konsumen. Fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga tataniaga adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi pelancar (Kholis dan Uhls 1990).

Fungsi-fungsi pemasaran dapat dikelompokkan menjadi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran merupakan kegiatan yang memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi pertukaran terdiri atas fungsi penjualan dan fungsi pembelian. Fungsi fisik adalah

semua tindakan yang berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, dan kegunaan waktu. Fungsi fisik meliputi kegiatan penyimpanan, pengolahan, dan pengangkutan. Fungsi fasilitas yaitu semua tindakan yang bertujuan untuk memperlancar kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dan konsumen. Fungsi fasilitas terdiri dari fungsi standarisasi dan grading, fungsi penanggulangan resiko, fungsi pembiayaan, dan fungsi informasi pasar (Kohl dan Uhl 2002).

### 5.3 Margin, dan Keuntungan Pemasaran Kepiting Bakau

Margin tataniaga (Pemasaran) adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin pemasaran dihitung dengan melihat besarnya biaya pemasaran kepiting bakau dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran yang terlibat. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan Kepiting Bakau hingga ke konsumen akhir.

#### 5.4.1 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan jumlah biaya pemasaran dengan keuntungan yang diharapkan oleh masing-masing Lembaga, analisis margin pemasaran dapat mencerminkan efisiensi pemasaran, dengan hanya melihat besarnya margin pemasaran saja belum dapat menyimpulkan bahwa pemasaran itu sudah efisien. Maka dapat dilihat dari distribusi keuntungan dan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya, semakin banyak pedagang perantara yang terlibat dalam saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasaran yang terbentuk.

Sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen. Besarnya margin bagi pedagang maka semakin menguntungkan berarti pemasarannya efisien dari sisi konsumen, dan sebaliknya semakin besar margin pemasaran semakin tinggi harga yang harus dibayarkan oleh konsumen sehingga kurang efisien secara ekonomi oleh konsumen. Adapun margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11 Margin Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Unsur margin pemasaran | Saluran pemasaran 1 | Saluran pemasaran 2 | Saluran pemasaran 3 |
|----|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|    |                        | Nilai (Rp/Kg)       | Nilai (Rp/Kg)       | Nilai (Rp/Kg)       |
| A  | Produsen               | 30.000              | 30.000              | 30.000              |
| B  | p. pengumpul           |                     |                     |                     |
|    | 1. Harga beli          | -                   | 30.000              | 30.000              |
|    | 2. Harga jual          | -                   | 40.000              | 40.000              |
|    | 3. Margin              | -                   | 10.000              | 10.000              |
| C  | p. pengecer            |                     |                     |                     |
|    | 1. Harga beli          | -                   | 40.000              | -                   |
|    | 2. Harga jual          | -                   | 50.000              | -                   |
|    | 3. margin              | -                   | 10.000              | -                   |
| D  | p. besar               |                     |                     |                     |
|    | 1. Harga beli          | -                   | -                   | 40.000              |
|    | 2. Harga jual          | -                   | -                   | 55.000              |
|    | 3. margin              | -                   | -                   | 15.000              |
| E  | Konsumen               | 30.000              | 50.000              | 55.000              |
|    | Total                  | 30.000              | 260.000             | 275.000             |

Sumber : Data Primer Telah diolah, 2020.

Tabel 11 menunjukkan bahwa saluran pemasaran 1 antara produsen dengan konsumen yang ada di Desa Cege adalah dengan keuntungan sebesar 100%, dikarenakan produsen tidak menambah biaya transportasi dan lainnya, semua ditanggung oleh konsumen sendiri. Sehingga margin pemasarannya bernilai 0. Pada saluran pemasaran 2 memperlihatkan bahwa margin pemasaran pemasarannya sebesar Rp 10.000/ kg, dimana konsumen kepiting bakau berada di luar Kecamatan Mare, yakni di Pasar Kabupaten Bone, dimana pedagang pengecer membeli dari pedagang pengumpul di Desa dan Kecamatan. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya minat konsumen dari luar yang menyukai kepiting bakau dari Desa Cege, disamping adanya hubungan keluarga satu sama yang lain.

Untuk margin pemasaran pada saluran 3, dimana totalnya sebesar Rp15.000/ kg, dimana saluran pemasaran melalui pedagang pengumpul, ke pedagang besar dan konsumen (Kawasan Industri Makassar), panjangnya saluran pemasaran ini, mengakibatkan margin pemasaran menjadi tinggi sebesar Rp 15.000/kg, disamping itu konsumennya juga berbeda dengan saluran 2, yakni di Kabupaten Bone. Hal ini sesuai dengan pendapat (Daniel, 2002) bahwa semakin panjang jarak pemasaran (semakin banyak perantara yang terlibat) dalam pemasaran, maka margin pemasaran semakin besar.

#### 5.4.2 Keuntungan Pemasaran

Proses mengalirnya barang atau produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan

margin pemasaran ditingkat lembaga pemasaran pada ketiga saluran pemasaran Kepiting Bakau, dapat dilihat pada Tabel 12

Tabel 12 Biaya dan Keuntungan Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| Saluran Pemasaran  | Margin (Rp/kg)   | Total Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Keuntungan Pemasaran (Rp/kg) | Persentase (%) |
|--|------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------|
| <b>Saluran I</b><br>Produsen<br>Konsumen   | 0                | 0                             | 0                            | 100            |
| <b>Saluran II</b><br>Produsen<br>Pedagang<br>Pengumpul<br>Pedagang<br>Pengecer<br>Konsumen | 10.000<br>10.000 | 7.200<br>7.600                | 2.800<br>2.400               | 38,88<br>31,57 |
| <b>Saluran III</b><br>Produsen<br>Pedagang<br>Pengumpul 2<br>Pedagang<br>Besar<br>Konsumen | 10.000<br>15.000 | 7.200<br>11.000               | 2.800<br>4.000               | 38,88<br>36,36 |

Sumber : Data Primer Telah diolah, 2020.

Tabel 12, menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran 1, dimana produsen (petambak) kepiting bakau tidak mengeluarkan biaya pemasaran dan margin pemasaran juga tidak ada, karena konsumen kepiting bakau mendatangi sendiri produsen di Desa Cege, dengan demikian pada saluran pemasaran 1 tidak terdapat keuntungan pemasaran. Saluran pemasaran 2 yang terlibat dalam

kegiatan ini adalah pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer, dimana pedagang pengumpul mengeluarkan biaya transportasi, baskom, penyortiran dan tali rafia, jadi total biaya pemasaran sebesar Rp 7.200 /kg, sehingga keuntungan pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp 2.800/kg dan pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran yang terdiri dari biaya transportasi, baskom, keranjang, dan tali rafia, jadi total biaya pemasaran sebesar Rp. 7.600/kg, sehingga keuntungan pemasarannya Rp. 2.400/kg.

Selanjutnya pada saluran pemasaran 3, dimana yang terlibat dalam kegiatan ini adalah pedagang pengumpul, dan pedagang besar, dimana pedagang pengumpul mengeluarkan biaya transportasi, baskom, penyortiran dan tali rafia, jadi total biaya pemasaran sebesar Rp 7.200 /kg, sehingga keuntungan pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp 2.800/kg dan pedagang besar mengeluarkan biaya pemasaran yang terdiri dari biaya transportasi, baskom, keranjang, dan tali rafia, jadi total biaya pemasaran sebesar Rp. 11.000/kg, sehingga keuntungan pemasarannya Rp. 4.000/kg.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah diuraikan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran yang ada di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone yang paling dominan atau yang paling sering dilakukan yaitu pada saluran pertama karena tidak membutuhkan biaya pemasaran dan lebih memungkinkan untuk dilakukan atau lebih gampang melakukannya karena produsen hanya langsung menjual ke konsumen terdekat sehingga tanpa mengeluarkan biaya pemasaran.
2. Margin pemasaran saluran pemasaran 2 sebesar Rp 10.000/ kg, dimana yang terlibat dalam kegiatan ini yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, margin pemasaran pada saluran 3, dimana totalnya sebesar Rp 15.000/kg, dimana saluran pemasaran melalui pedagang pengumpul, ke pedagang besar dan konsumen.

### 6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, adapun saran yang ingin disampaikan adalah sebagai berikut.

1. Disarankan kepada petambak untuk memilih saluran pemasaran yang menguntungkan dan memberikan dampak yang baik bagi usahanya, sehinggalah dapat menutupi biaya operasional petani yang tinggi.

2. Untuk Produsen, agar terus menjaga kualitas produk agar dapat mempertahankan harga kepiting.
3. Kepada pemerintah agar dapat menyeimbangkan harga kepiting agar produsen kepiting tidak mengalami kerugian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Araujo, 2014. Skrining Pigmen Pada Kepiting Grapsus sp Dengan Menggunakan Pemisahan Kromatografi. *Jurnal Pesisir Dan Laut Tropis. Vol.7 No.1 Thn 2019*
- Boyd, 2000. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global. Jakarta Erlangga.
- Ekowati *et al*, 2014. Usahatani. Fakultas Peternakan dan Pertanian UNDIP Semarang.
- Fujaya *et al*, 2001. Biologi Kepiting Bakau (Scylla Spp) di Perairan Indonesia. *Bidang Sumber Daya Laut, Pusat Penelitian Oseanografi Vol.37 No.1 Thn 2011.*
- Hasyim, 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Terhadap Pendapatan Desa Dolok Saribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara. *Jurnal Komunikasi penelitian. Universitas Sumatera Utara.*
- Hia *et al* dan Wijaya *et al*, 2013. Analisis Kelimpahan Kepiting Bakau (Scylla sp) di Kawasan Hutan Mangrove Kecamatan Alas Barat Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Sains dan Teknologi Vol. 1 No.1 Thn 2020.*
- Kanna, 2002. Kajian Karakteristik Biometrika Kepiting Bakau (Scylla sp) di Kabupaten Pematang, Studi Kasus di Desa Mojo Kecamatan Ulujami. *Akuatik Jurnal Sumberdaya Perairan Vol 2 No. 1 Thn. 2017.*
- Karim, 2008. Tingkat Keberhasilan Moulting dan Kelulusan Hidup (Survival Rate) Kepiting Bakau (Scylla Serrata Forskal). Dengan Perlakuan Salinitas. *Jurnal Airaha Vol.7 No.1 Thn 2018.*
- Le Vay, 2001. Keragaman Spesies dan Seks Rasio Kepiting Bakau (Scylla sp) Berdasarkan Kerapatan Mangrove di Muara Sungai Wawoone, Konawe. *Jurnal Sains dan Inovasi Perikanan. Vol.5 No.2 Thn 2019.*
- Putra, 2011. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Penelitian Agri Samudra.*
- Rusdi dan Hanafi, 2009. Pedoman Pemeriksaan Atau Identifikasi Jenis Ikan Dilarang Terbatas (Kepiting Bakau atau Scylla sp). 2016
- Rugaya Serosero, 2011. Karakteristik Habitat Kepiting Bakau (Scylla sp) Perairan Panda Desa Todowangi Kecamatan Jailolo Selatan Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan. Vol.4 NO.1 Thn 2011.*

Soekartawi, 1995. Analisis Usahatani. Cetakan ke Tiga. Penerbit Universitas Indonesia Pres Jakarta.

Stanton, 1996. Prinsip Pemasaran, Jakarta. Erlangga.

Tulus Tambunan, 2003. Perkembangan Sektor Pertanian di Indonesia, Beberapa Isu Penting. Ghalia Indonesia Jakarta



## KUESIONER PENELITIAN

### ANALISIS PEMASARAN KEPITING BAKAU DI KECAMATAN MARE KABUPATEN BONE

Tanggal Wawancara : .....

Desa : .....

Kecamatan : .....

Kabupaten : .....

Dusun : .....

#### I. Identitas Responden :

1. Nama Responden : .....
2. Umur Responden : .....
3. Jenis Kelamin : .....
4. Pendidikan Terakhir : .....
5. Pengalaman Usaha : .....

#### II. Saluran Pemasaran

| Lembaga Pemasaran  | Harga (Rp/kg) | Jumlah Kepiting bakau yang dijual (Rp/kg) |
|--------------------|---------------|---|
| Pedagang pengumpul |               |   |
| Pedagang pengecer  |               |   |
| Konsumen           |               |   |

#### III. MARGIN PEMASARAN

| Biaya Pemasaran (Rp/kg) | Keuntungan (Rp/kg) |
|-------------------------|--------------------|
|                         |                    |

## KUISIONER (UNTUK PEDAGANG PENGUMPUL)

Tanggal Wawancara : .....

Desa : .....

Kecamatan : .....

Kabupaten : .....

Dusun : .....

### I. IDENTITAS PEDAGANG PENGUMPUL

1. Nama
2. Umur
3. Pekerjaan
4. Pengalaman Berdagang
5. Keuntungan
6. Berapa kali pemasaran dalam 1 tahun :

### II. PEMASARAN KEPITING

| No. | Kepiting | Beli        |           | Jual       |           |
|-----|----------|-------------|-----------|------------|-----------|
|     |          | Jumlah (kg) | Harga(Rp) | Jumlah(kg) | Harga(Rp) |
| 1   |          |             |           |            |           |

### III. BIAYA PEMASARAN

| No. | Biaya        | Jumlah(kg) | Harga (Rp) |
|-----|--------------|------------|------------|
| 1.  | Tenaga kerja |            |            |
| 2.  | Transportasi |            |            |
| 3.  | Bakul        |            |            |
| 4.  | Keranjang    |            |            |
| 5.  | Tali Rapia   |            |            |
| 6.  | .....        |            |            |
| 7.  | .....        |            |            |

## KUESIONER (UNTUK PEDAGANG PENGE CER)

Tanggal Wawancara : .....

Desa : .....

Kecamatan : .....

Kabupaten : .....

Dusun : .....

### I. IDENTITAS PEDAGANG PENGE CER

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Pekerjaan : .....
4. Pengalaman Berdagang : .....
5. Keuntungan : .....
6. Berapa kali pemasaran dalam 1 tahun : .....

### II. PEMASARAN KEPITING

| No. | Kepiting | Beli       |           | Jual       |           |
|-----|----------|------------|-----------|------------|-----------|
|     |          | Jumlah(kg) | Harga(Rp) | Jumlah(kg) | Harga(Rp) |
| 1   |          |            |           |            |           |

### III. BIAYA PEMASARAN

| No. | Biaya        | Jumlah(Kg) | Harga (Rp) |
|-----|--------------|------------|------------|
| 1.  | Tenaga kerja |            |            |
| 2.  | Transportasi |            |            |
| 3.  | Bakul        |            |            |
| 4.  | Keranjang    |            |            |
| 5.  | Tali Rapia   |            |            |
| 6.  | .....        |            |            |
| 7.  | .....        |            |            |

Lampiran 2. Identitas Responden Petambak Kepiting Bakau

| No. | Nama Responden  | Usia (Tahun) | Tingkat Pendidikan | Jumlah Tanggungan Keluarga | Pengalaman Berusaha (thn) | Luas Lahan (Ha) |
|-----|-----------------|--------------|--------------------|----------------------------|---------------------------|-----------------|
| 1.  | Amrullah        | 55           | SD                 | 5                          | 15                        | 0,34            |
| 2.  | Muh. Saidil     | 45           | SMP                | 3                          | 15                        | 0,25            |
| 3.  | Saenal          | 38           | SMA                | 3                          | 10                        | 0,40            |
| 4.  | Abdullah        | 60           | SD                 | 4                          | 40                        | 0,60            |
| 5.  | Abidin          | 50           | SD                 | 5                          | 20                        | 0,45            |
| 6.  | Basri           | 55           | SD                 | 4                          | 15                        | 0,40            |
| 7.  | Arfain          | 48           | SD                 | 4                          | 15                        | 0,35            |
| 8.  | Taba            | 60           | SD                 | 4                          | 25                        | 0,62            |
| 9.  | Ardi            | 35           | SMP                | 3                          | 10                        | 0,28            |
| 10. | Syamsul         | 39           | SMA                | 2                          | 12                        | 0,40            |
| 11. | Andi Parenrengi | 47           | SD                 | 6                          | 18                        | 0,65            |
| 12. | Rusdi           | 42           | SMP                | 2                          | 24                        | 0,48            |

Lampiran 3 Identitas Responden Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No. | Nama             | Jenis Kelamin | Umur (Tahun) | Tingkat Pendidikan | Lama Berdagang (Tahun) |
|-----|------------------|---------------|--------------|--------------------|------------------------|
| 1.  | H. Pallawarukka* | Laki_Laki     | 53           | SMA                | 26                     |
| 2.  | Tamrin*          | Laki-Laki     | 50           | SMP                | 20                     |
| 3.  | Suri**           | Laki-Laki     | 48           | SMP                | 15                     |
| 4.  | Bahar***         | Laki-Laki     | 52           | SMA                | 27                     |

Keterangan :

\* Pedagang Pengumpul

\*\* Pedagang Pengecer

\*\*\* Pedagang Besar

Lampiran 4 Sasaran Pemasaran Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Luas Tambak (ha) | Jumlah Produksi (kg/musim) | Harga Jual (Rp/kg) | Sasaran Pemasaran     |
|----|------------------|----------------------------|--------------------|-----------------------|
| 1  | 0,34             | 42                         | 40.000             | Pedagang Pengumpul, 1 |
| 2  | 0,25             | 28                         | 30.000             | Konsumen              |
| 3  | 0,40             | 54                         | 40.000             | Pedagang Pengumpul, 1 |
| 4  | 0,60             | 71                         | 30.000             | Pedagang Pengumpul, 2 |
| 5  | 0,45             | 58                         | 40.000             | Pedagang Pengumpul, 2 |
| 6  | 0,40             | 56                         | 40.000             | Pedagang Pengumpul, 1 |
| 7  | 0,35             | 40                         | 30.000             | Konsumen              |
| 8  | 0,62             | 73                         | 40.000             | Pedagang Pengumpul, 2 |
| 9  | 0,28             | 32                         | 40.000             | Pedagang Pengumpul, 1 |
| 10 | 0,40             | 52                         | 40.000             | Pedagang Pengumpul, 1 |
| 11 | 0,65             | 76                         | 40.000             | Pedagang Pengumpul, 2 |
| 12 | 0,48             | 60                         | 40.000             | Pedagang Pengumpul, 2 |

Lampiran 5 Saluran Pemasaran 1 dari produsen ke konsumen di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Lembaga Pemasaran               | Harga (Rp/kg) |
|----|---------------------------------|---------------|
| 1  | Produsen (Kepiting Bakau)       |               |
|    | a. Harga Jual                   | 30.000        |
| 2  | Konsumen (di sekitar Desa Cege) | 30.000        |

Lampiran 6. Saluran Pemasaran 2, Margin, Biaya dan Keuntungan Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No                             | Lembaga Tataniaga dan Komponen Margin | Harga (Rp/kg) |
|--------------------------------|---------------------------------------|---------------|
| 1                              | Produsen (Kepiting Bakau)             |               |
|                                | a. Harga Jual                         | 30.000        |
| 2                              | Pedagang Pengumpul 1                  |               |
|                                | a. Harga beli                         | 30.000        |
|                                | b. Biaya Transportasi                 | 1.500         |
|                                | c. Baskom                             | 3.500         |
|                                | d. Sortir                             | 1.200         |
|                                | e. Tali Rafia                         | 1.000         |
|                                | <b>f. Jumlah biaya pemasaran</b>      | <b>7.200</b>  |
|                                | g. Harga Jual                         | 40.000        |
|                                | <b>h. Margin Pemasaran</b>            | <b>10.000</b> |
|                                | <b>i. Keuntungan Pemasaran</b>        | <b>2.800</b>  |
| 3                              | Pedagang Eceran                       |               |
|                                | a. Harga beli                         | 40.000        |
|                                | b. Biaya Transportasi                 | 1.500         |
|                                | c. Baskom                             | 3.500         |
|                                | d. Keranjang                          | 1.600         |
|                                | e. Tali Rafia                         | 1.000         |
|                                | <b>c. Jumlah biaya pemasaran</b>      | <b>7.600</b>  |
|                                | d. Harga Jual                         | 50.000        |
| <b>e. Margin Pemasaran</b>     | <b>10.000</b>                         |               |
| <b>f. Keuntungan Pemasaran</b> | <b>2.400</b>                          |               |
| 4                              | Konsumen                              |               |
|                                | a. Harga Beli                         | 50.000        |

Lampiran 7 Saluran Pemasaran 3, Margin, Biaya dan Keuntungan Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

| No | Lembaga Pemasaran                | Harga (Rp/kg) |
|----|----------------------------------|---------------|
| 1  | Produsen (Kepiting Bakau)        |               |
|    | a. Harga Jual                    | 30.000        |
| 2  | Pedagang Pengumpul 2             |               |
|    | a. Harga beli                    | 30.000        |
|    | b. Biaya Transportasi            | 1.500         |
|    | c. Baskom                        | 3.500         |
|    | d. Sortir                        | 1.200         |
|    | e. Tali Rafia                    | 1.000         |
|    | <b>f. Jumlah biaya pemasaran</b> | <b>7.200</b>  |
|    | g. Harga Jual                    | 40.000        |
|    | <b>h. Margin Pemasaran</b>       | <b>10.000</b> |
|    | <b>i. Keuntungan Pemasaran</b>   | <b>2.800</b>  |
| 3  | Pedagang Besar                   |               |
|    | a. Harga beli                    | 40.000        |
|    | b. Biaya Transportasi            | 2.500         |
|    | c. Baskom                        | 4.000         |
|    | d. Keranjang                     | 2.500         |
|    | e. Tali Rafia                    | 2.000         |
|    | <b>c. Jumlah biaya pemasaran</b> | <b>11.000</b> |
|    | d. Harga Jual                    | 55.000        |
|    | <b>e. Margin Pemasaran</b>       | <b>15.000</b> |
|    | <b>f. Keuntungan Pemasaran</b>   | <b>4.000</b>  |
| 4  | Konsumen                         |               |
|    | a. Harga Beli                    | 55.000        |

Lampiran 8 Biaya Pemasaran Saluran 2 oleh Pedagang Pengumpul dan Pedagang Eceran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

Pedagang Pengumpul I

| No | Nama           | Biaya Transportasi (Rp) | Baskom (Rp) | Sortir (Rp) | Tali Rafia (Rp) | Total biaya Pemasaran (Rp) |
|----|----------------|-------------------------|-------------|-------------|-----------------|----------------------------|
| 1  | H. Pallawaruka | 1.500                   | 3.500       | 1.200       | 1.000           | 7.200                      |

Pedagang Eceran

| No | Nama | Biaya Transportasi (Rp) | Karang (Rp) | Keranjang (Rp) | Tali Rafia (Rp) | Total biaya Pemasaran (Rp) |
|----|------|-------------------------|-------------|----------------|-----------------|----------------------------|
| 1  | Suri | 1.500                   | 3.500       | 1.600          | 1.000           | 7.600                      |

Lampiran 9 Biaya Pemasaran Saluran 3 oleh Pedagang Pengumpul dan Pedagang Eceran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

Pedagang Pengumpul

| No | Nama   | Biaya Transportasi (Rp) | Baskom (Rp) | Sortir (Rp) | Tali Rafia (Rp) | Total biaya Pemasaran (Rp) |
|----|--------|-------------------------|-------------|-------------|-----------------|----------------------------|
| 1  | Tamrin | 1.500                   | 3.500       | 1.200       | 1.000           | 7.200                      |

Pedagang Besar

| No | Nama  | Biaya Transportasi (Rp) | Baskom (Rp) | Keranjang (Rp) | Tali Rafia (Rp) | Total biaya Pemasaran (Rp) |
|----|-------|-------------------------|-------------|----------------|-----------------|----------------------------|
| 1  | Bahar | 2.500                   | 4.000       | 2.500          | 2.000           | 11.000                     |

Lampiran 10. Margin Pemasaran Saluran 2 dan 3 Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

Margin Pemasaran 2

| Harga Jual (Rp/kg) | Harga Beli (Rp/kg) | Margin Pemasaran (Rp) | Total biaya Pemasaran (Rp) | keuntungan Pemasaran (Rp) |
|--------------------|--------------------|-----------------------|----------------------------|---------------------------|
| 50.000             | 30.000             | 20.000                | 14.800                     | 5.200                     |

Margin Pemasaran 3

| Harga Jual (Rp/kg) | Harga Beli (Rp/kg) | Margin Pemasaran (Rp) | Total Biaya Pemasaran (Rp) | Keuntungan Pemasaran (Rp) |
|--------------------|--------------------|-----------------------|----------------------------|---------------------------|
| 55.000             | 30.000             | 25.000                | 18.200                     | 6.800                     |





Gambar. 4 Kantor Desa Cege Kecamatan Mare



Gambar.5 Wawancara dengan staf Desa Cege



Gambar. 6 Hasil Panen Kepiting Bakau



Gambar. 7 Wawancara dengan pedagang besar kepiting bakau



Gambar. 8 Wawancara dengan petambak Kepiting Baka



Gambar. 9 Wawancara dengan pedagang pengecer



Gambar. 10 Wawancara dengan petambak Kepiting Bakau

Lampiran 12. Surat Izin Penelitian

I. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Sultan Alauddin Makassar No. 259 Makassar, Telp. (0411) 806772, 881503, Fax 0411 805 588

Nomor : 2724/FP/A.2-II/VII/1441/2020  
Lamp : 1 (Satu) Proposal Penelitian  
Hal : Pengantar Penelitian

Kepada Yth:  
**Ketua LP3M UNISMUH Makassar**  
Di-  
Makassar

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan rencana pelaksanaan Penelitian mahasiswa Fakultas Pertanian UNISMUH Makassar, maka kami mohon Bapak untuk memberikan surat Pengantar Izin Penelitian Kepada mahasiswa dibawah ini,

Nama : Nurwahyunitasari  
Stambuk : 105961108516  
Jurusan : Agribisnis  
Waktu Pelaksanaan : Juli - Agustus 2020  
Judul : Analisis Pemasaran Kepiting Bakau Di Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone

Atas perhatian dan kerjasamanya kami haturkan jazakumullah khairankatsira.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 02 Juli 2020 M  
11 Zulqadon 1441 H

Dekan Fakultas Pertanian,

  
**Dr. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P.**  
NBM : 853 947

2. Dinas Penanaman Modal Makassar



GOVERNMENT OF SOUTH SULAWESI  
SULAWESI SELATAN

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor: 3620/S 01/PTSP/2020  
Lampiran:  
Perihal: Izin Penelitian

Kepada Yth.  
Bupati Bone

di  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor: 7043/010.4.VI/S/2020 tanggal 04 Juli 2020 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama: NURWAHYUMITASARI  
Nomor Pokok: 101561100516  
Program Studi: Administrasi  
Pekerjaan/Lembaga: Mahasiswa(S1)  
Alamat: Jl. H. Alauddin No. 100 Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penelitian skripsi dengan judul:

**"ANALISIS PEMASARAN KERTING BAKAU DI DESA CEGE RECAMATAN MARE KABUPATEN BONE"**

Yang akan dilaksanakan dari: Tgl. 13 Juli s.d 13 Agustus 2020

Selaras dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kepada dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Kelembagaan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuatkan di Makassar  
Pada tanggal: 13 Juli 2020

A.n GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
PR. KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU  
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Selaku Administrasi Pelayanan Perizinan Terpadu

K. IFFAH RAJIDA DJAFAR, ST., MT.  
No. 197410212000012001

Terdapat Yth.  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar  
2. Nintodip

SARAJI 2020 11/27/2020



Jl. Boulevard No 5 Telp: (0411) 441077 Fax: (0411) 440930  
Website: <http://www.sulawesi.go.id> Email: [info@sulawesi.go.id](mailto:info@sulawesi.go.id)  
Makassar 90231



### 3. Pemerintah Kabupaten Bone



**PEMERINTAH KABUPATEN BONE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 3 Watampone Telp. (0481) 25616

#### **IZIN PENELITIAN**

Nomor: G70/12-E15/VI/II/DIR/MTSP/2020

#### **DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Teknologi
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian

Dengan ini memberikan Izin Penelitian Kepada

Nama **NURWAHYUNITASARI**  
NIP/Pas/Nomor Pokok **105961108516**  
Jenis Kelamin **Pemempuan**  
Alamat **Desa Pacing Kec. Pahmpang**  
Pekerjaan **Mahasiswa UNISMUH Makassar**

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka Penulisan Skripsi dengan Judul

**"ANALISIS PEMASARAN KEPITING BAKAU DI DESA CEGE KECAMATAN MARE KABUPATEN BONE"**

Lamanya Penelitian **21 Juli 2020 s/d 21 September 2020**

Dengan ketentuan sebagai berikut

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Kepala Desa Cege Kecamatan Mare Kabupaten Bone
2. Menjalani semua peraturan perundang-undangan yang berlaku serta menghormati Adat Istiadat setempat
3. Penelitian tidak menyimpang dan maksud izin yang diberikan
4. Menyerahkan (satu) eksemplar Foto Copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bone
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya



Watampone 21 Juli 2020

KEPALA

**Drs. MUHAMMAD AKBAR, MM**

Pangkat: Pembina Utama Muda

Nip: 19660717-198603-1-009

Tembusan Kepada Yth

1. Bupati Bone di Watampone
2. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kab. Bone di Watampone
3. Camat Mare Kab. Bone di Padaleo
4. Kepala Desa Cege Kec. Mare di Cege
5. Arsip

Lampiran 13. Bukti Uji Turnitin

Nurwahyunitasari 105961108516

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

RELEVANT SOURCES

| Rank | Source  | Similarity |
|------|---|------------|
| 1    | digilibadmin.unismuh.ac.id<br>Internet Source   | 6%         |
| 2    | fachrezafajar.blogspot.com<br>Internet Source   | 2%         |
| 3    | journal.publication-center.com<br>Internet Source   | 2%         |
| 4    | www.blipom.kkp.go.id<br>Internet Source   | 2%         |
| 5    | ejournal.stipwunaraha.ac.id<br>Internet Source  | 2%         |
| 6    | www.scribd.com<br>Internet Source   | 2%         |
| 7    | Masitah Masitah, Didi Rukmana, Budimawan<br>Budimawan. "Analisis Produksi Kepiting Bakau<br>(Scylla seratta) Kabupaten Bone". AGRIMOR,<br>2019<br>Publication | 2%         |
| 8    | edoc.pub<br>Internet Source   | 2%         |

## RIWAYAT HIDUP



Nurwahyunitasari lahir pada tanggal 16 April 1999 di Paccing Kecamatan Patimpeng Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan. Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Hasyim dan Nurhafidah.

Pendidikan formal yang dilalui SDN 251 Paccing pada tahun 2002 dan tamat pada tahun 2010. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 2 Tonra dan tamat pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan ke SMAN 1 Libureng dan tamat pada tahun 2016. Pada tahun yang sama penulis resmi menjadi salah satu mahasiswa jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selain menjadi mahasiswa aktif, Penulis juga mengisi waktunya dengan bergabung dalam organisasi internal dan eksternal kampus yaitu Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMAGRI) sebagai anggota Bidang Kesekretariatan tahun 2019-2020, Dewan Perwakilan Cabang (DPC) sebagai Sekretaris 1 tahun 2019-2020. Tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan skripsi yang berjudul “ Analisis Pentasaran Kepiting Bakau di Desa Cege Kecamatan Mare “.