

**ANALISIS PENDAPATAN DAN EFISIENSI PEMASARAN
KEPITING BAKAU DI DESA LAKAWALI
KABUPATEN LUWU TIMUR**

Skripsi

*Diajukan Untuk memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ANISA ARIWATI

16 0401 0036

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**ANALISIS PENDAPATAN DAN EFISIENSI PEMASARAN
KEPITING BAKAU DI DESA LAKAWALI
KABUPATEN LUWU TIMUR**

Skripsi

*Diajukan Untuk memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ANISA ARIWATI

16 0401 0036

Pembimbing :

Abd. Kadir Arno,SE.,M.Si

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anisa Ariwati

Nim : 16 0401 0036

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : "Analisis Pendapatan Dan Efesiensi Kepiting Bakau Di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasikan dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 14 Maret 2022

Yang membuat pernyataan



Anisa Ariwati

NIM 16 0401 0036

HALAMAN PENGESAHAN

kripsi yang berjudul Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Pakawali Kabupaten Luwu Timur yang ditulis oleh Anisa Ariwati Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0036, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang diseminarkan pada hari Rabu tanggal 30 Maret 2022 Bertepatan 27 Sya'ban 1443 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Pengujian dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 25 April 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Muzayyanah Jabani, ST., MM | Penguji I | (.....) |
| 4. Muh. Abdi Imam, SE.M.Si.Ak.CA | Penguji II | (.....) |
| 5. Abd. Kadir Arno, S.E., M.Si. | Pembimbing I | (.....) |

Mengetahui

Wakil Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP.19610208 199403 2 001

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.
NIP.19810213 200604 2 002

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى

آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ ۝

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun masih belum sempurna, guna memenuhi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Shalawat serta salam yang senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan, arahan, masukan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang semuanya sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta ayahanda Arifin Romadhoni dan Ibunda Siti Waroyah yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, memberikan kasih sayang, doa, semangat serta nasehat-nasehat yang tak pernah putus sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Pirol M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, SH., MH. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE.,M.M. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sekaligus Dosen Penasehat Akademik penulis. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El.,M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Tadjuddin, SE., M.SI., Ak., CA. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, SH., MH. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Hendra Safri, SE., M.M. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, dan Muzayyanah Jabani, ST.M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah.
3. Dr. Fasiha, S.El., M.El. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Abd. Kadir Arno, SE.Sy., M.Si. selaku Sekretaris Prodi sekaligus dosen pembimbing penulis beserta para dosen, asisten dosen Prodi Ekonomi Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Syariah.
4. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.pd. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literature untuk keperluan studi perpustakaan dalam menyusun skripsi ini dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang membantu kelancaran pengurusan berkas-berkas skripsi ini sampai meraih gelar SE.

5. Mahasiswa IAIN Palopo terkhusus bagi teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang turut andil dalam penyusunan skripsi ini, yang juga banyak memberi masukan melengkapi data-data dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Sahabat (Adriani, Aztari Zulkifli, Ayu Lestari, Anisa Nurulsanti dan Ainun Jariah) yang selalu memberikan semangat, masukan, dukungan serta motivasi kepada penulis.
7. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2016 (khususnya kelas A), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Palopo, 14 Maret 2022

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fatḥah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوّ	<i>fatḥah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِى	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِى	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اِو	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rāmā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedang *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّ	: <i>al-haqq</i>
نُعَمُّ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiyy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ا). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi

seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia

akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ	بِاللَّهِ
<i>dīnullāh</i>	<i>billāh</i>

adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf

kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR AYAT	xvii
DAFTAR HADIST.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Kajian Terdahulu yang Relevan.....	6
B. Deskripsi Teori	8
1. Pengertian Pendapatan.....	8
2. Pemasaran	19
3. Margin, Biaya Pemasaran, dan Keuntungan Pemasaran	24
4. Efisiensi Pemasaran	26
5. Kepiting Bakau	33
C. Kerangka Pikir	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43

B. Fokus Penelitian	44
C. Defenisi Istilah	44
D. Subjek Penelitian	45
E. Data dan Sumber Data	45
F. Instrumen Penelitian.....	46
G. Teknik Pengumpulan Data	47
H. Keabsahan Data	48
I. Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Hasil Penelitian	53
B. Pembahasan	69
BAB V PENUTUP	74
A. Simpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29	10
---	----

DAFTAR KUTIPAN HADIS

Hadis tentang pendapatan	8
--------------------------------	---

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Total Jumlah Penduduk.....	57
Tabel 4.2 Total Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Total Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan.....	58
Tabel 4.4 Total Jumlah Penduduk Berdasarkan agama	58
Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan Nelayan Kepiting	60
Tabel 4.6 Rata-rata Pendapatan Nelayan	60
Tabel 4.7 Data Pendapatan Perpenjualan Nelayan	61
Tabel 4.8 Perhitungan Gini Rasio	63
Tabel 4.9 Margin Pemasaran.....	68
Tabel 4.10 Rata-rata Pendapatan Perpenjualan.....	70
Tabel 4.11 Harga Pemasaran Kepiting Bakau	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Scylla serrata	34
Gambar 2.2 Scyllatranquebarica	35
Gambar 2.3 Scylla paramamosain	35
Gambar 3.2 Scylla olivacea.....	36
Gambar 3.4 Kerangka pikir	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Keterangan Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi

Lampiran 4 Surat Izin menelitian

Lampiran 5 Halaman Persetujuan Pembimbing Ujian Munaqasyah

Lampiran 6 Nota Dinas Pembimbing Ujian Munaqasyah

Lampiran 7 Halaman Persetujuan Penguji

Lampiran 8 Nota Dinas Penguji

Lampiran 7 Turnitin

Lampiran 9 Nota Dinas Tim Verifikasi

Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Anisa Ariwati, 2022. “*Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau Di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur*”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Negeri Palopo. Dibimbing oleh Abd.Kadir Arno,SE.,M.Si.

Skripsi ini membahas tentang analisis pendapatan dan efisiensi kepiting bakau di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah apakah pendapatan nelayan kepiting berada di tingkat efisiensi atau tidak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pendapatan dan tingkat efisiensi pemasaran kepiting di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur. jenis penelitian ini adalah (*mixed approach*) yaitu suatu langkah penelitian dengan menggabungkan dua bentuk pendekatan dalam penelitian yaitu itu kualitatif dan kuantitatif, penelitian ini dilaksanakan di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur. Teknik pengumpulan data ada 3 yaitu observasi, wawancara dan kuisioner. Selanjutnya data penelitian ini dianalisis Indek Koefisen Gini. margin pemasaran, farmer's share, rasio keuntungan dan efisiensi pemasaran. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat rata-rata penghasilan sehari-hari sebagai sebagai nelayan kepiting yaitu berkisar Rp 50.000 sampai Rp 200.000 perpenjualan, adapun pendapatan nelayan kepiting perbulan dari Rp 500.000 sampai Rp 2.000.000 perbulan ini tergantung dari banyak hasil tangkapan yang diperoleh nelayan kepiting. Maka ditingkat efisiensi pemasaran kepiting di Desa Lakawali yaitu 0,15 jadi harga yang diterima nelayan lebih kecil dan margin pemasarnya lebih besar, maka saluran pemasaran tersebut dikatakan tidak efisien.

Kata Kunci : Efesinsi, Pendapatan, Nelayan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sulawesi Selatan sebagai salah satu daerah yang memiliki luas perairan laut yang cukup besar menjadikan hasil komoditi laut sebagai salah satu andalan dalam pendapatan asli daerah Sulawesi Selatan. Potensi sumberdaya perikanan dan kelautan yang terdapat di Provinsi Sulawesi Selatan terdiri dari berbagai hasil perikanan laut, wisata bahari, pantai, ekosistem mangrove, terumbu karang dan rumput laut serta beragam jenis biota laut lainnya.

Salah satu bisnis sector perikanan yang mempunyai potensi cukup besar adalah budidaya kepiting bakau. Kepiting bakau merupakan salah satu potensi komoditas perikanan pesisir yang mempunyai nilai ekonomi tinggi karena sangat digemari oleh konsumen baik lokal maupun luar negeri. Kepiting bakau telah menjadi komoditas perikanan penting di Indonesia sejak awal tahun 1980-an yang produksinya berasal dari penangkapan di alam, khususnya perairan pesisir dengan vegetasi mangrove, perairan estuaria dan dari hasil budidaya tambak air payau.

Desa Lakawali termasuk dalam lingkup Kecamatan malili Kabupaten Luwu Timur yang sangat di kenal dengan produksi kepiting bakaunya. Kepiting ini digemari masyarakat karena rasa dagingnya yang gurih dan bergizi tinggi. Kepiting bakau yang dipelihara ditambak-tambak selama ini dinilai memiliki kualitas gizi baik. Kepiting dari Desa Lakawali dinyatakan sebagai kepiting terbaik yang unggul karena rasa dan telurnya. Ini disebabkan karena tempat tumbuh kepiting ini yang berada di pertemuan antara teluk dan muara.

Dalam usaha budidaya kepiting bakau (*Scylla olivacea*) pembudidayaan menggunakan berbagai faktor produksi untuk kepiting bakau dengan jumlah yang besar agar pendapatan pembudidaya juga dapat meningkatkan seperti luas lahan.

Dengan potensi kepiting bakau yang ada di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur maka dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan nelayan serta meningkatkan pendapatan asli daerah di bagian produksi hasil budidaya hingga sampai ke pemasarannya.

Hal yang perlu diperhatikan dalam proses penjualan ialah kualitas dari suatu barang yang akan mempengaruhi minat dari setiap pembeli, semakin baik kualitas suatu barang yang diperjual belikan maka akan semakin tinggi harga yang akan diberikan begitupun sebaliknya semakin rendah tingkat kualitas suatu barang maka akan rendah pula harga yang akan diberikan

Dalam dinamika bisnis secara aktual harga merupakan komponen yang penting, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Dengan adanya harga setiap pelaku pasar melakukan persaingan untuk menjual produk yang dimilikinya. Melalui produk akan menimbulkan persaingan para penjual yang begitu padat dipasar yang sama-sama berusaha untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan.

Suatu bisnis cenderung banyak mengalami perubahan yang begitu cepat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk yang menyebabkan peningkatan konsumsi dari produk yang diperjual belikan, salah satunya dalam penjualan kepiting yang penghasilannya cukup menjanjikan bagi nelayan dan para pelaku bisnis kepiting.

Walaupun kebutuhan ekonomi, pada usaha ini sangat memberikan manfaat akan tetapi hasil yang dicapai semakin menurun. Dalam kondisi-kondisi seperti yang dikemukakan di atas ditambah dengan tingkat pendidikan nelayan yang umumnya relative rendah (hanya tamat sekolah dasar)mempengaruhi perilaku nelayan dalam memanfaatkan sumberdaya perikanan.¹

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan petani tambak. Produksi yang tinggi akan sia-sia jika harga jual rendah. Oleh karena itu tingginya produksi tidak selalu memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai pemasaran yang baik dan efisien².

Untuk mendapatkan keuntungan yang optimal, maka diperlukan adanya sistem pemasaran yang efisien yang mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil kepada pihak baik produsen maupun lembaga pemasaran. Panjang pendeknya saluran pemasaran dapat menyebabkan adanya selisih harga ditingkat konsumen dengan harga yang diterima petani. Harga yang tinggi ditingkat konsumen belum tentu memberikan keuntungan yang tinggi bagi produsen nelayan kepiting.

Margin pemasaran yang diperoleh dari perbedaan harga jual pembudidaya dan harga yang dibayarkan konsumen akhir dapat menggambarkan seberapa

¹Alman Aloisius Sirait, *Perbandingan Hasil Tangkap Kepiting (Scylla Sp) Dengan Menggunakan Umpan Daging Dan Ayam Pada Alat Tangkappento Diperairan Laut Bara Provinsi Sumatera Utara* (Riau: Fakultas Perikanan dan kkelautan Univetsitas Riau, 2018).

²Nurdiana and Marhawati, "Analisis Pemasaran Ikan Bandeng Di Desa Pitue Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep.," *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 1, no. 1 (2018).

efisienkah saluran pemasaran yang ditempuh oleh pembudidaya. Semakin besar selisih harga jual pembudidaya dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir menjadi indikasi akan semakin tidak efisien saluran pemasaran yang diterima oleh pembudidaya³.

Adapun target pasar yang akan dituju pada penelitian ini di wilayah Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Timur, di Desa Lakawali dimana masyarakat yang ada di wilayah tersebut sebagian besar merupakan nelayan dan termasuk wilayah pemasok kepiting yang cukup tinggi di wilayah Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur.

Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pendapatan dan efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas terdapat permasalahan yang dapat di kaji antara lain:

1. Bagaimana tingkat pendapatan nelayan kepiting di Desa Lakawali?
2. Bagaimana model pemasaran kepiting di Desa Lakawali?
3. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran kepiting?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat pendapatan nelayan kepiting di Desa Lakawali

³Nurdiana and Marhawati, “Analisis Pemasaran Ikan Bandeng Di Desa Pitue Kecamatan Ma’rang Kabupaten Pangkep.,” *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 1, no. 1 (2018).

2. Untuk mengetahui model pemasaran kepiting di Desa Lakawali
3. Untuk mengetahui tingkat efesiensi pemasaran kepiting

D. Manfaat Penelitian

Adapun dari hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi diantaranya

1. Manfaat Empiris

Pengkajian ini dengan harapan pemberian contoh serta penambahan wawasan, keilmuan mengenai analisis pendapatan dan efesiensi pemasaran kepiting bakau di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat gunakan sebagai salah satu bahan rujukan dalam penerapan harga di pasaran.

a. Bagi Produsen/Penjual

Bagi produsen/penjual hasil dari penulisan ini dapat digunakan sebagai sarana untuk melihat seberapa besar minat konsumen dalam melakukan konsumsi.

b. Bagi Masyarakat

Penulisan ini memberikan manfaat bagi masyarakat yang akan memulai usaha dan memilih sarana yang tepat bagi produknya. Dan tak hanya itu penulisan ini dapat dijadikan pertimbangan masyarakat dalam menentukan dimana akan melakukan pembelian pada produk.

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang terdahulu sangatlah penting sebagai dasar dalam rangka menyusun penelitian. Dan untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu dan menjadi pembeda antara peneliti.

Didik Trisbiantoro, Suzana Sri Hartini dan Sumaryan “ peningkatan pendapatan nelayan kepiting bakau melalui pendekatan agribisnis Kelurahan Wonorejo Kecamatan Rungkut Surabaya” dari tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui tentang kondisi yang sebenarnya sumber daya perikanan kepiting berkelanjutan, kegiatan penangkapan, melihat kontribusi penghasilan dari penangkapan kepiting, margin dan keuntungan nelayan dalam usaha penangkapan kepiting. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan survei populasi dalam penelitian ini ialah nelayan menangkap kepiting bakau di kelurahan wonorejo dengan dia]’mbil sebagai sample penelitian sejumlah 26 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didukung dengan data sekunder yang diperoleh dari instansi – instansi yang terkait.⁴

Evi Ramadhani Parapet dan Abdurrachman” Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting bakau di Kecamatan Seruway Aceh Tamiang” tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pendapatan kepiting bakau, saluran pemasaran, margin dan efisiensi pemasaran kepiting bakau. Penelitian dilakukan

⁴Didik Trisbiantoro, Suza Sri Hartini, and Sumaryan, “Peningkatan Pendapatan Nelayan Kepiting Bakau Melalui Pendekatann Agribisnis Kelurahan Wonorejo Kecamatan Rungkut Surabaya,” *Jurnal Techno-Fish* 1, no. 1 (2017).

di kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang. Jumlah petani sampel sebanyak 30 orang yang terdiri dari 10 orang Desa lubuk Damar, 20 orang Desa sungai Kuruk III, serta pengambilan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling* dan didapat sebanyak sampel 8 orang yang terdiri dari 7 orang pedagang pengumpul dan 1 orang pedagang besar. Hasil penelitian menunjukkan pendapatan usaha tani kepiting bakau sebesar Rp 2.226.140 per hektar.⁵

Berdasarkan hasil penelitian Andi Mutammimah (2016)⁶ yang berjudul “Analisis System Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*.) Di Desa Pallime Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone” menunjukkan bahwa terdapat perbedaan margin, dan efisiensi pemasaran yang diterima pada setiap lembaga saluran pemasaran berdasarkan kategori kepiting bakau. Margin pemasaran tertinggi antara saluran I (produsen-pedagang pengumpul-pedagang besar-eksportir) dan saluran II (produsen-pedagang-pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen local) adalah eksportir sebesar Rp. 83.000 untuk kepiting bakau jantan >3 ons dan Rp. 63.000 untuk kepiting bakau jantan >2 ons. Lembaga pemasaran yang paling efisien antara saluran I dan saluran II adalah pedagang besar, dimana pada saluran I sebesar 0,24 % untuk kepiting bakau jantan >3 ons dan 0,29% untuk kepiting bakau jantan >2 ons. Saluran II sebesar 1,27 % untuk kepiting bakau jantan <2 ons/cacat, 1,31% untuk kepiting bakau betina (petelur) >2 ons, dan 1,07% untuk kepiting bakau betina (petelur) <2 ons/cacat.

⁵Evi Ramadhani Parapat and Abdurrachman, “Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau Di Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang,” *Jurnal Penelitian Agrisamudra* 6, no. 1 (2019): 54–60.

⁶Andi Mutammimah, *Analisis Sistem Pemasaran Kepiting Bakau (Scylla Spp.) Di Desa Pallime Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone* (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian Suriyanti⁷ yang berjudul “Analisis Faktor Produksi dan Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*) Di Desa Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone” bertujuan untuk mengetahui besarnya produksi, faktor yang mempengaruhi produksi, dan model pemasaran kepiting bakau (*scylla olivacea*) di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone. Besar produksi kepiting adalah 3.680 kg/siklus, yang berdasarkan luas lahan budidaya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa besarnya penerimaan dan besarnya biaya yang dikeluarkan menunjukkan besarnya efisiensi dari pengelolaan budidaya tersebut. Berpedoman dari hasil penelitian tersebut di atas, peneliti mencoba untuk menerapkan pada budidaya kepiting bakau yang ada Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur

B. Deskripsi Teori

1. Pendapatan

Dalam syariah agama kita, bekerja merupakan yang diperintahkan oleh syariat. Adanya hadits yang menyebutkan bahwa kefakiran dekat dengan kekufuran, semestinya dijadikan cambuk oleh kita untuk giat dalam bekerja dan tidak lupa bersyukur setelah mendapatkannya.

حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ زَيْدِ بْنِ أَسْلَمَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ.
(رواه ابن ماجة).

⁷Suriyanti, “Analisis Faktor Produksi dan Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*) Di Desa Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone” (Universita Hasanuddin Makassar, 2020).

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami 'Abdurrahman bin Zaid bin Aslam dari Bapaknya dari Abdullah bin Umar ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Berikanlah upah/pendapatan kepada pekerja sebelum kering keringatnya."(HR. Ibnu Majah).⁸

Orang yang tidak membayar upah pekerja inilah kelompok yang termaksud dimusih oleh Allah pada hari kiamat dalam Hadist diatas. Saat ini berbagai kasus yang digambarkan oleh Hadist tersebut banyak terjadi, misalnya : makelar atau sindikat (banyak yang ilegal) yang mempekerjakan seseorang menjadi buruh maupun tenaga (seperti Tenaga Kerja Indonesia di luar negeri), lalu upah mereka diambil oleh para makelar atau penyalur tenaga kerja yang tidak bertanggung jawab, sehingga para pekerja tidak mendapatkan upahnya. Contoh lain adalah majikan yang zalim, yang mengurus tenaga pembantu rumah tangga, namun tidak diberi gaji/upahnya, bahkan tidak sedikit disertai dengan kekerasan/penganiayaan dan berbagai tindakan tidak terpuji lainnya.

Para ulama berpendapat, menunda pembayaran upah/gaji pekerja, atau tidak memberikan haknya setelah usai bekerja, termaksud dosa besar dan mendapat ancaman sangat berat, adalah bentuk kezaliman lain adalah membebani pekerjaan yang tidak sesuai dengan hak-hak yang diterimanya, atau menambah waktu kerja (lembur), namun tidak mengapresiasinya dengan sewajarnya karena lemahnya posisi dan perlindungan terhadap hak-hak mereka. sikap semacam ini sangat dimurkai oleh Allah dan Rasul-nya.

Ada banyak seruan hadits lainnya yang menyerukan hal yang sama dengan hadits di atas, namun intinya sama yaitu perintah untuk bekerja. Tentunya bekerja

⁸Abi Abdullah Muhammad bin Yazid Alqazwaniy, *Sunan Ibnu Majah*, Kitab. Hukum-hukum, Juz. 2, No. 2443, (Darul Fikri: Beirut – Libanon, 1981 M), 817.

di sini bukan hanya perintah untuk sekadar mencari nafkah atau pendapatan saja, akan tetapi syariat agama kita juga menyampaikan tuntunan.

Pengertian pendapatan menurut Suyanto adalah sejumlah dana yang diperoleh dari pemanfaatan faktor produksi yang dimiliki.⁹ Sumber pendapatan tersebut, meliputi diantaranya dari hasil usaha wirausaha seperti berdagang, bercocok tanam, memulai usaha, atau bertani. Pendapatan atau income, adalah uang yang diterima seseorang dari perusahaan dalam bentuk gaji, upah atau pendapatan juga merupakan hasil yang di terima dari suatu perusahaan atau dalam bentuk pekerjaan, seperti pertanian, perikanan, peternakan, buruh dan perdagangan.¹⁰

Dalam al-Qur'an surat An-Nisa" ayat 29 tersirat tentang pendapatan:

عَنْ تِجْرَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا أَلَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يَأْتِيهَا
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلَاءَ مِنْكُمْ تَرَاضَ

Terjemahnya:

” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”¹¹

⁹Suyanto, *Refleksi Dan Reformasi Pendidikan Di Indonesia Memasuki Milenium III* (Yogyakarta: Adicita, 2017).85

¹⁰Pitma Pertiwi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja Di Daerah Istimewa Yogyakarta, Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).

¹¹Kementrian Agama RI, *AL-Qur'an AL-Karim dan terjemahnya* (Surabaya, Halim, 2014), 83

Imam Nasafi¹² dalam karyanya, Tafsiran An-Nasafi menyebutkan maksud dari larangan makan harta sesama dengan cara batil adalah segala sesuatu yang tidak dibolehkan syari'at seperti pencurian, khianat, perampasan atau segala bentuk akad yang mengandung riba. Kecuali dengan perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka atau saling rela.

Di samping larangan transaksi terlarang¹³, penggalan ayat selanjutnya menunjukkan bentuk larangan lain yaitu larangan untuk membunuhdiri sendiri, wala taqtulu anfusakum. Menurut Al-Syaukani dalam fath Al-Qadir, tafsir ayat ini adalah jangan ada sebagian yang lain, kecuali deangan sebab-sebab yang dibenarkan oleh syari'at. Maka lain ayat ini, janganlah kamu membunuh dirimu sendiri dengan cara kemaksiatan.

Sedangkan menurut An-Nasafi dalam Tafsir An-Nasafi, makna kalimat tersebut adalah jaganlah kamu membunuh dirimu dalam arti siapapun dari jenismu sendiri dari orang-orang mukmin karena orang mukmin itu seperti satu saudara. Tidak diperbolehkan membunuh saudara sendiri seperti yang dilakukan orang-orang bodoh. Makna lain dari kata membunuh (al-qatl) adalah memakan harta dengan cara dengan cara yang zalim. Sama artinya ia menzalimi diei sendiri atau mencelakai dirinya. Oleh sebab itu, Allah melarang kita untuk mengikuti hawa nafsu (keserakaan) yang membuat kita terdorong untuk menzalimi orang lain.

¹²Imam Nasafi, Tafsir An-Nasafii, jilid 2 (Libanon, Penerbit Darul Fikri). 2016

¹³Syaukani, Al Imam Muhammad bin Ali bin Muhammad Asy, "Tafsir fathul qadir jilid 2 : Surah Al baqarah, aali'imran dan an-nisaa'/Al Imam Muhammad bin Ali bin Muhammad Asy-syaukani"(jakarta : pustaka Azzam).2009

Standar akuntansi mendefinisikan pendapatan sebagai berikut: "Pendapatan ialah masuknya bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama periode ketika arus masuk tersebut mengakibatkan peningkatan ekuitas yang bukan karena kontribusi investor".¹⁴ Mankiw menyebutkan bahwa pendapatan dirumuskan sebagai hasil perkalian antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit.¹⁵ Apabila dirumuskan secara matematis maka hasilnya adalah:

$$TR = P \times Q$$

Dimana:

TR = total revenue

P = price

Q = quantity

a. Jenis-Jenis Pendapatan

Rahardja dan Manurung membagi pendapatan menjadi tiga bentuk, yaitu¹⁶:

1) Pendapatan ekonomi

Merupakan yang didapatkan secara personal ataupun keluarga, dipakai untuk pemenuhan yang diperlukan, pengurangan ataupun penambahan. Pendapatan contohnya pada upah, gaji dan lainnya.

¹⁴Ikatan Akuntansi Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 2016).50

¹⁵Mankiw, *Pengantar Ekonomi Makro* (Jakarta: Salemba Empat, 2016).

¹⁶Pratama Rahardja dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Makro* (Jakarta: FKEI, 2016). 65

2) Pendapatan uang

Penjumlahan dari uang yang didapatkan personal, dari keluarga ataupun pelayanan yang diberikan, dengan contoh pada sewanya, atau hal lainnya.

3) Pendapatan personal

Merupakan pembagian yang diperoleh, dengan haknya, ialah balasan atas jasa dan ikut sertanya proses produksi. Menurut cara perolehannya, pendapatan dibedakan menjadi 2:

- a) Pendapatan kotor, ialah yang diperoleh kemudian dengan pengurangan yang dikeluarkan pada pembiayaan.
- b) Pendapatan bersih, yaitu perolehan dengan pengurangan pembiayaan lain.

b. Sumber-Sumber Pendapatan

Rahardja dan Manurung memaparkan jika ada tiga sumber pendapatan:¹⁷

1) Gaji dan upah

Perolehan dengan balasan jasa yang diterima, dengan kesediaannya, pada sebuah organisasi.

2) Aset produktif

Perolehan dengan penerimaan personal yang masuk dengan pelayanan ataupun pemakainya.

3) Pendapatan dari pemerintah

Perolehan dari instansi, dengan wujud balas jasa dari pemberiannya.

c. Pengukuran Pendapatan

¹⁷ Pratama Rahardja dan Mandala Manurung, Teori Ekonomi Makro 65

Pendapatan diukur dengan menggunakan nilai tukar produk atau jasa dalam suatu transaksi. Nilai tukar menunjukkan nilai setara tunai atau diskonto dari uang yang diterima atau akan diterima dari transaksi penjualan. Greuning berpendapat bahwa pendapatan harus dinilai pada nilai wajar pembayaran yang diterima, jika tidak maka akan diterima sebagai piutang.¹⁸

Sementara itu, Lam dan Lau mengutarakan pandangannya dalam mengukur pendapatan sebagai berikut: pendapatan dinilai dari nilai wajar pembayaran yang diterima atau dapat diperoleh dalam catatan jumlah diskon dan rabat yang ditetapkan oleh perusahaan.¹⁹ Perusahaan umumnya menentukan jumlah pendapatan yang akan dihasilkan dari transaksi dengan mengacu pada kesepakatan antara perusahaan dan pembeli atau pengguna aset.

Nilai wajar adalah jumlah dimana suatu aset dapat dipertukarkan atau kewajiban dibayarkan dalam transaksi yang wajar secara sukarela. Selain itu, Lam dan Lau menyatakan, “Pengakuan pendapatan dengan mengacu pada tahap penutupan suatu transaksi sering disebut sebagai metode persentase penyelesaian. Dalam metode ini, perusahaan mengakui pendapatan dalam periode akuntansi di mana jasa diberikan dan memberikan informasi yang berguna tentang ukuran aktivitas jasa dan kinerja selama periode tersebut”.²⁰

Ikatan Akuntan Indonesia menyatakan: Pendapatan diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima. Jumlah pendapatan yang timbul dari transaksi biasanya ditentukan oleh persetujuan antara entitas dengan

¹⁸Hennie Van Greuning, *International Financial Reporting Standards : Sebuah Panduan Praktis* (Jakarta: Salemba Empat, 2013). 21

¹⁹Nelson Lam dan Peter Lau, *Akuntansi Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 2016).20

²⁰Nelson Lam dan Peter Lau. *Akuntansi Keuangan* 18

pembelian atau penggunaan aset tersebut. Jumlah tersebut diukur pada nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima dikurangi jumlah diskon usaha dan volume yang diperbolehkan oleh entitas.

Pendapat Martani mengenai pengukuran pendapatan adalah: Pendapatan diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima. Nilai wajar adalah harga yang akan diterima untuk menjual suatu aset atau harga yang akan dibayar untuk pengalihan suatu liabilitas dalam transaksi teratur antara pelaku pasar pada tanggal pengukuran.²¹

Pendapatan diukur dalam satuan moneter (uang), yang harus menunjukkan nilai tukar barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Untuk potongan penjualan tunai, laba atas penjualan dicatat sebagai laba bersih yang diterima. Karena diskon penjualan, retur penjualan dan penurunan harga jual diperlakukan sebagai pengurang pendapatan dan bukan sebagai komponen biaya. Dari berbagai penjelasan tentang pengukuran pendapatan di atas, dapat diketahui bahwa pendapatan diukur dengan menggunakan nilai wajar pembayaran yang diterima atau diterima. Ketika nilai wajar adalah nilai yang diterima dari penjualan aset atau dibayarkan untuk mengalihkan kewajiban yang disepakati oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

Pada dasarnya pendapatan seseorang atau perusahaan tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti: tingkat pendidikan dan pengalaman seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengalaman, semakin tinggi tingkat

²¹Dwi Martani, *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK* (Jakarta: Salemba Empat, 2018).

pendapatan dan tingkatnya. Pendapatan sangat dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, akses kredit tenaga kerja, anggota keluarga, jenis barang (produk) dan faktor lainnya.

Pada umumnya masyarakat selalu mencari penghasilan yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, namun dibatasi oleh beberapa faktor tersebut:

Menurut Miller dalam Yuliani²², faktor-faktor yang menyebabkan ketimpangan pendapatan adalah:

- a. Pekerja yang lebih tua dan lebih muda biasanya masoih terbatas dalam keterampilan dan dan pengalaman. Produk fisik marjinal mereka lebih rendah daripada rata-rata produk fisik yang dibuat oleh pekerja yang lebih tua dan lebi berpengalaman.
- b. Karakteristik bawahan, tingkat pendapatan suatu kabupaten ditentukan oleh karakteristik yang melekat. Sejauh mana ukuran pendapatan terkait dengan sifat bawahan masih controversial. Selain itu, kesuksesan seringkali dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dan social
- c. Berani mengambil risiko, dan biasanya mendapatkan lebih banyak pekerjaan di lingkungan kerja yang berbahaya. Ceteris Paribus, siapa pun yang berani mempertaruhkan nyawanya dilingkungan kerja mendapat pahala yang lebih besar.
- d. Ketidakamanan dari fluktuasi pendapatan. Area kerja yang hasilmnya benar-benar tidak pasti, seperti dalam pemasaran, membawa resiko yang lebih

²²Maryam Yuliani, *DISTRIBUSI PENDAPATAN (Studi Kasus 35 Kabupaten / Kota Di Jawa Tengah 2016-2018)* (Jawa Tengah: Universitas Diponegoro, 2020)

tinggi. Mereka yang mengejar bidang tersebut dan alhasil akan menuntut dan menerima pendapatan lebih banyak daripada mereka yang bekerja di bidang yang lebih aman.

- e. Bobot Latihan: Jika cirri-ciri bawaan dianggap sama atau diabaikan, mereka yang memiliki beban latihan lebih tinggi pasti akan mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi.
- f. Kekayaan yang diwariskan , yaitu mereka yang mewarisi kekayaan atau lahir dilingkungan keluarga yang kaya, dapat memperoleh penghasilan yang lebih banayak daripada mereka yang tidak memiliki warisan, meskipun keterampilan dan pendidikan mereka sama.
- g. Defisit pasar, monopoli, monopsoni, kebijakan serikat pekerja sepihak, penetapan tingkat upah minimum oleh pemerintah, persyaratan perizinan, sertifikat, dll.Menyebabkan perbedaan pendapatan antar pekerja.
- h. Diskriminasi di pasar tenaga kerja, ras, agama atau jenis kelamin tersebar luas dan semua ini menyebabkan perbedaan pendapat antar pekerja.

Diskriminasi, di pasar tenaga kerja, diskriminasi ras, agama atau gender sering terjadi dan ini semua adalah penyebab variasi dalam tingkat pendapatan.

Swastha menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan penjual, yaitu:²³

- a. Kemampuan pedagang, yaitu mampu tidaknya seorang pedagang dalam mempengaruhi pembeli untuk membeli barang dagangannya dan mendapatkan penghasilan yang diharapkan.

²³Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2017).25

- b. Kondisi pasar. Kondisi pasar berhubungan dengan keadaan pasar, jenis pasar, kelompok pembeli di pasar tersebut, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan selera pembeli dalam pasar tersebut.
- c. Modal. Setiap usaha memerlukan modal yang digunakan untuk operasional usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan, semakin banyak jumlah barang yang dijual maka keuntungan akan semakin tinggi. Apabila ingin meningkatkan jumlah barang yang dijual maka pedagang harus membeli barang dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu diperlukan tambahan modal untuk membeli barang dagangan tersebut sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
- d. Kondisi organisasi usaha. Semakin besar usaha dagang akan memiliki frekuensi penjualan yang juga semakin tinggi, sehingga keuntungan akan semakin besar.
- e. Faktor lain, misalnya periklanan dan kemasan produk yang dapat mempengaruhi pendapatan penjual.
- e. Tingkat Pendapatan

Ariyani dan Purwantini memaparkan tingkatan pendapatan yaitu²⁴.

- a. Golongan dengan perolehannya dengan mean hingga Rp 150.000
- b. Golongan sedang, perolehan yaitu Rp. 150.000 – Rp 450.000 per bulan.
- c. Golongan menengah, dengan mean perolehannya yaitu Rp 450.000 – 900.000
- d. Golongan perolehan yang tinggi, dengan meannya perbulan Rp. 900.000

²⁴Mewa Ariani and Tri Purwantini, 'Analisis Konsumsi Pangan Rumah Tangga Pasca Krisis Ekonomi Di Propinsi Jawa Barat', *SOCA: Socioeconomics of Agriculture and Agribusiness*, 6.1 (2016), 1–16.

Tingkatan penghasilan menurut Badan Pusat Statistik tahun 2012 adalah:

- a. Golongan atas, perolehannya dari mean Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 per bulan.
- b. Golongan menengah, perolehan dengan mean Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000
- c. Golongan bawah, perolehan dengan mean yaitu kurang dari Rp 1.500.000 per bulan

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan proses manajerial dan sosial yang didalamnya individu serta kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Kegunaan yang diciptakan oleh kegiatan pemasaran adalah kegunaan tempat, kegunaan waktu, dan kegunaan kepemilikan. Kegunaan tempat artinya barang atau jasa yang diperjual belikan memiliki manfaat atau nilai harga yang lebih besar setelah terjadi perubahan waktu. Pemasaran merupakan tindakan atau kegiatan yang berhubungan dengan pergerakan barang atau jasa dari produsen ke konsumen.²⁵

Kemudian pengertian pemasaran yang dikemukakan oleh Firdaus menyatakan bahwa Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusaha tani dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Untuk mendapatkan laba dan untuk berkembang. Berhasil tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahliannya di bidang pemasaran, produksi, keuangan dan sumber daya manusia. Pemasaran

²⁵Marjudo Ahsan, "Usaha Pengolahan Abon Ikan Tuna Di UD Cendana Food Kelurahan Boyaoge Kecamatan Tatanga Kota Palu Sulawesi Tengah," *Jurnal Ilmiah AgrIBA* 3, no. 1 (2016).

produk merupakan salah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapat perhatian yang lebih karena merupakan kunci dalam pengembangan usaha.²⁶

Dasar pengertian ini yang melahirkan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Wiliam J.Stanton sebagai teori pasar, yaitu pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, dan mendistribusikannya kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen²⁷.

a. Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran

1) Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan tujuan untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Yang termasuk dalam lembaga pemasaran adalah golongan produsen sebagai penghasil produk, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa.²⁸

Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Lembaga pemasaran sangat beragam tergantung jenis produk yang dipasarkan. Beberapa contoh lembaga pemasaran adalah sebagai berikut: produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar, agen penjualan, pengecer, broker, eksportir serta

²⁶Triyanti and Et. All, "Kajian Pemasaran Ikan Lele (*Clarias Sp*) Dalam Mendukung Industri Perikanan Budidaya (Studi Kasus Di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah)," *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 7, no. 2 (2017): 177.

²⁷Wiliam J.Stanton, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta : PT Salemba Emban Patria , 157

²⁸Sudiyono, *Pemasaran Pertanian*. (Malang: UMM Press,).

importir. Pola-pola pemasaran yang terbentuk selama pergerakan arus komoditas pertanian dari petani produsen ke konsumen akhir disebut sistem pemasaran.²⁹

Lembaga pendukung pengembangan agribisnis nasional sangat penting untuk menciptakan agribisnis Indonesia yang tangguh dan kompetitif. Lembaga-lembaga pendukung tersebut sangat menentukan dalam upaya menjamin terciptanya integritas agribisnis Indonesia. Adapun lembaga yang dimaksud, diantaranya : 1) pemerintah, 2) lembaga pembiayaan, 3) lembaga pemasaran dan distribusi, 4) koperasi, 5) lembaga pendidikan formal dan informal, 6) lembaga penyuluhan pertanian dan lapangan, 7) lembaga penjamin dan penanggungungan resiko³⁰

2) Saluran Pemasaran

Menurut Hanafiah dan Saefuddin, panjang pendeknya saluran tataniaga yang dilalui oleh suatu hasil perikanan tergantung pada beberapa faktor, antara lain :³¹

a) Jarak antara produsen dan konsumen

Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasaya makin panjang salurann yang ditempuh oleh produk

b) Cepat tidaknya produk rusak

Produk yang cepat rusak harus segera diterima oleh konsumen, dengan demikian dalam pemasarannya harus cepat.

²⁹Sudiyono, *Pemasaran Pertanian*

³⁰Soekartawi, *Analisis Usaha Tani* (Jakarta: Universitas Indonesia Press,).

³¹A. M. Hanafiah and A. M. Saefudin, *Tataniaga Hasil Perikanan* (Jakarta: Universitas Indonesia.

c) Skala Produksi

Bila produksinya berlangsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil pula. Hal ini tidak menguntungkan jika produsen langsung menjualnya ke pasar.

d) Posisi keuangan pengusaha

Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran.

Beberapa golongan pedagang perantara yang terlibat dalam pemasaran hasil perikanan rakyat Indonesia yaitu :

a) Tengkulak desa

Yaitu lembaga pemasaran yang aktif membeli ikan dari produsen (nelayan, petani ikan dan pengolah hasil perikanan) dengan mendatangi unit-unit usaha atau menunggu di warung atau di rumahnya dimana produsen menjual ikan.

b) Pedagang pengumpul di pasar local

Yaitu lembaga pemasaran yang membeli barang terutama dari tengkulak desa dan barang-barang dari produsen di pasar lokal.

c) Pedagang besar (grosir)

Yaitu lembaga pemasaran yang aktif di pasar-pasar pusat di kota-kota besar dan menerima barang terutama dari pengumpul pasar local dan juga dari tengkulakdesa.

d) Agen

Yaitu lembaga pemasaran yang aktif membeli ikan di unit-unit usaha dan untuk pedagang besar (eksportir, pengusaha *cold storage*) tertentu.

e) Pedagang eceran

Pada daerah konsumen, yaitu lembaga pemasaran yang membeli barang dari grosir, kemudian menjualnya kepada konsumen di pasar-pasar eceran atau dengan cara menjajakan ke kampung-kampung untuk daerah produksi, pedagang ini biasanya membeli barang dari produsen atau pasar lokal, kemudian menjualnya ke kampung-kampung.

Sama halnya dalam penyaluran barang lembaga-lembaga yang terlibat adalah produsen, perantara dan konsumen akhir, saluran pemasaran dapat berbentuk rantai pendek dan rantai panjang, tergantung dari sifat dan jenis barang yang dipasarkan. Bentuk saluran pemasaran atau distribusi dapat dibedakan atas ³²

a) Saluran langsung

1) Produsen - Konsumen

b) Saluran tidak langsung

1) Produsen - Pengecer - Konsumen

2) Produsen - Pedagang besar/menengah - Pengecer - Konsumen

3) Produsen - Pedagang besar - Pedagang menengah – Pengecer - Konsumen

Peranan mata rantai saluran pemasaran umumnya lebih ditekankan pada kegiatan pemilihan dan penguasaan masing-masing lembaga penyaluran tersebut. Permasalahan yang diutamakan adalah kelancaran penyampaian dan pemindahan barang serta hak milik atas penguasaan produk tersebut mulai dari pedagang besar, pedagang menengah sampai akhirnya ketangan konsumen. Jadi saluran

³²Swastha Basu and T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Liberty,).

pemasaran menyangkut aliran produk dan hak milik atau penguasaan atas produk tersebut.

Po 9

3. Margin, Biaya pemasaran, dan Keuntungan Pemasaran

a. Margin Pemasaran

Menurut Zulkifli margin pemasaran atau tataniaga pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar konsumen akhir untuk suatu produk dan harga yang diterima petani produsen untuk produk yang sama (rupiah/kilogram). Margin pemasaran termasuk semua ongkos yang menggerakkan produk tersebut mulai dipintu gerbang petani sampai ketangan konsumen akhir.³³

Menurut Sudiyono margin dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu: Pertama, margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Kedua, margin pemasaran merupakan biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa pemasaran.³⁴

Berdasar pendapat di atas margin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani/produsen atau penjumlahan semua biaya pemasaran yang harus dikeluarkan selama proses penyaluran suatu barang dari produsen kepada konsumen, disamping keuntungan yang diperoleh dari komoditi yang diusahakan.

³³Zulkifli., *Ekonomi Industri* (Jakarta: Ghalia Indonesia,).2016.50

³⁴Sudiyono, *Pemasaran Pertanian*.2018.10

Secara matematis besarnya angka margin pemasaran dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:³⁵

$$\mathbf{M_p = P_r - P_f}$$

Keterangan :

M_p : Margin Pemasaran

P_r : Harga di tingkat konsumen (Rp)

P_f : Harga di tingkat produsen (Rp)

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran sering diukur dengan margin pemasaran, yang sebenarnya hanya menunjukkan bagian dari pembayaran konsumen yang diperlukan untuk menutup biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran. Kecenderungan menunjukkan bahwa bagian yang tersisa bagi pengusaha tani akibat adanya penambahan yang mahal kepada produk tersebut adalah semakin kecil.³⁶

Biaya pemasaran suatu barang niaga terdiri dari jumlah pengeluaran produsen, jumlah pengeluaran pedagang, dan laba (*profit*) yang diterima masing-masing lembaga bersangkutan. Biaya pemasaran suatu jenis barang biasanya diukur secara kasar dengan margin.

c. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisi antara harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dan harga yang dibayarkan pembeli terakhir (*margin*) setelah

³⁵Abdullah, *Manajemen Pemasaran* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017).

³⁶Muhammad Firdaus, *Manajemen Agribisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018).

dikurangi biaya pemasaran.³⁷ Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan laba sejauh mana suatu perusahaan memperoleh pendapatan dari kegiatan penjualan sebagai selisih dari keseluruhan usaha yang didalam usaha itu terdapat biaya yang dikeluarkan untuk proses penjualan selama periode tertentu. Keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya.

Biaya ini dalam banyak kenyataan, dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (seperti pembelian alat) dan biaya tidak tetap (seperti biaya transportasi, upah tenaga kerja).

4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pasar bentuk setengah kuat, adalah salah satu bentuk pasar. Pasar dikatakan efisien bentuk setengah kuat jika harga-harga sekuritas secara penuh mencerminkan semua informasi yang dipublikasikan, termasuk informasi yang berada di laporan-laporan keuangan perusahaan emiten. Informasi yang dipublikasikan dapat berupa:

- a. Informasi yang dipublikasikan yang hanya mempengaruhi harga sekuritas dari perusahaan yang mempublikasikan informasi tersebut. Informasi yang dipublikasikan merupakan informasi dalam bentuk pengumuman oleh perusahaan emiten, seperti pengumuman laba, pengumuman pembagian dividen, pengumuman merger dan akuisisi, pengumuman pergantian pemimpin perusahaan.

³⁷Soekartawi, *Analisis Usaha Tani*.

- b. Informasi yang dipublikasikan mempengaruhi harga-harga sekuritas sejumlah perusahaan, seperti peraturan pemerintah yang hanya berdampak pada harga-harga sekuritas perusahaan yang terkena regulasi.
- c. Informasi yang dipublikasikan yang mempengaruhi harga-harga sekuritas semua perusahaan yang terdaftar di pasar saham. Seperti peraturan pemerintah yang berdampak pada semua perusahaan emiten.³⁸

Dalam konteks ini yang dimaksud dengan pasar adalah pasar modal (*capital market*) dan pasar uang. Suatu pasar dikatakan efisien apabila tidak seorangpun, baik investor individu maupun investor institusi, akan mampu memperoleh return tidak normal (*abnormal return*), setelah disesuaikan dengan risiko, dengan menggunakan strategi perdagangan yang ada. Artinya, harga-harga yang terbentuk di pasar merupakan cerminan dari informasi yang ada atau “*stock prices reflect all available information*”.

Ekspresi yang lain menyebutkan bahwa dalam pasar yang efisien harga-harga aset atau sekuritas secara cepat dan utuh mencerminkan informasi yang tersedia tentang aset atau sekuritas tersebut. Dalam mempelajari konsep pasar efisien, perhatian kita akan diarahkan pada sejauh mana dan seberapa cepat informasi tersebut dapat mempengaruhi pasar yang tercermin dalam perubahan harga sekuritas.

Dalam hal ini Haugen³⁹ membagi kelompok informasi menjadi tiga, yaitu (1) informasi harga saham masa lalu (*information in past stock prices*), (2) semua

³⁸Vivi Ariyani, “Pengujian Efisiensi Pasar Setengah Kuat Terhadap Pengumuman Paket Kebijakan Ekonomi VII Pada Saham Indeks LQ4,” *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 4, no. 1 (2016): 95.

informasi publik (*all public information*), dan (3) semua informasi yang ada termasuk informasi orang dalam (*all available information including inside or private information*). Masing-masing kelompok informasi tersebut mencerminkan sejauh mana tingkat efisiensi suatu pasar. Jones menyebutkan bahwa harga sekarang suatu saham (*sekuritas*) mencerminkan dua jenis informasi, yaitu informasi yang sudah diketahui dan informasi yang masih memerlukan dugaan. Informasi yang sudah diketahui meliputi dua macam, yaitu informasi masa lalu (misalnya laba tahun atau kuartal yang lalu) dan informasi saat ini (*current information*) selain juga kejadian atau peristiwa yang telah diumumkan tetapi masih akan terjadi (misalnya rencana pemisahan saham). Contoh untuk informasi yang masih membutuhkan dugaan adalah jika banyak investor percaya bahwa suku bunga akan segera turun, harga-harga akan mencerminkan kepercayaan ini sebelum penurunan sebenarnya terjadi.

Pasar efisien, pasti menimbulkan pertanyaan mengapa harus ada konsep pasar efisien dan mungkinkah pasar efisien ada dalam kehidupan nyata. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, kondisi-kondisi berikut idealnya harus terpenuhi:

- a. Banyak terdapat investor rasional dan berorientasi pada maksimisasi keuntungan yang secara aktif berpartisipasi di pasar dengan menganalisis, menilai, dan berdagang saham. Investor-investor ini adalah price taker, artinya pelaku itu sendiri tidak akan dapat mempengaruhi harga suatu sekuritas. Tidak diperlukan biaya untuk mendapatkan informasi dan informasi

³⁹Haugen, E, "The Ecology of Language". London .(2010).6-7

tersedia bebas bagi pelaku pasar pada waktu yang hampir sama (tidak jauh berbeda).

- b. Informasi diperoleh dalam bentuk acak, dalam arti setiap pengumuman yang ada di pasar adalah bebas atau tidak terpengaruh dari pengumuman yang lain.
- c. Investor bereaksi dengan cepat dan sepenuhnya terhadap informasi baru yang masuk di pasar, yang menyebabkan harga saham segera melakukan penyesuaian.

Investor pasti senantiasa memperhatikan pergerakan harga di pasar. Artinya, baik investor individual maupun institusi mengikuti pergerakan pasar tiap saat secara seksama, dan selalu siap untuk melakukan transaksi beli atau jual manakala menurut perhitungan akan didapat hasil yang menguntungkan. Dengan kata lain, investor yang secara cepat dapat mengetahui potensi adanya nilai tambah akan dapat memperoleh keuntungan dengan menggunakan pilihan strategi yang tepat.

Bentuk efisien pasar dapat dikelompokkan menjadi tiga, yang dikenal sebagai hipotesis pasar efisien (*efficient market hypothesis*). Ketiga bentuk efisien pasar dimaksud adalah (1) hipotesis pasar efisien bentuk lemah (*weak form of the efficient market hypothesis*), (2) hipotesis pasar efisien bentuk setengah kuat (*semistrong form of the efficient market hypothesis*), dan hipotesis pasar efisien bentuk kuat (*strong form of the efficient market hypothesis*). Masing-masing bentuk pasar efisien tersebut terkait erat dengan sejauh mana penyerapan informasi terjadi di pasar.

Jenis pasar efisien menjadi tiga berdasarkan pada kekuatan data yang ada, West membagi pasar efisien menjadi dua macam, yaitu pasar efisien secara

operasional atau internal (*operationally or internally efficient market*) dan pasar efisien secara eksternal atau harga (*price or externally efficient market*). Dikatakan pasar efisien secara operasional bilamana investor dikenai jasa transaksi semurah mungkin berkaitan dengan biaya-biaya atas terjadinya suatu transaksi. Contoh biaya-biaya transaksi di pasar modal (uang) adalah biaya komisi broker (*brokerage commission*), biaya eksekusi (*execution fees*), biaya biaya lain, dan biaya peluang (*opportunity loss*).⁴⁰

Adapun yang dimaksud dengan pasar efisien secara eksternal atau harga adalah suatu kondisi bilamana harga setiap saat benar-benar mencerminkan *decisionally efficient* marketinformasi yang tersedia (*available information*). Informasi yang tersedia tersebut merupakan informasi yang relevan untuk dipergunakan dalam penilaian sekuritas. Informasi relevan dalam hal ini adalah informasi yang dengan segera tercermin pada harga sekuritas.⁴¹

a) Bentuk-bentuk efesiensi pasar

Pasar efesiensi yang ditinjau dari sudut informasi saja disebut dengan efesiensi pasar secara informasi (*informationally effeicient market*) sedangkan pasar efisien yang ditinjau sari sudut kecanggihan pelaku pasar dalam mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tersedia disebut dengan efesiensi pasar secara keputusan.

⁴⁰Frank E Fabbozi and Franco Modigliani, *Capital Markets, Institutions, and Instruments* (New Jersey: Prentice Hall).

⁴¹Tatang Ary Gumanti and Elok Sri Utami, "Pasar Efesiensi Dan Pengujiannya," *Jurnal Akuntansi* 4, no. 1 (2018): 56–58.

(1) Efisiensi pasar secara informasi

Kunci utama untuk mengukur pasar yang efisiensi adalah hubungan antara harga sekuritas dengan informasi. Fama menyajikan 3 macam bentuk utama dari efisiensi pasar berdasarkan ketiga macam bentuk dari informasi, yaitu informasi masa lalu, informasi sekarang yang sedang dipublikasikan dan informasi privat sebagai berikut.

(2) Efisiensi pasar bentuk lemah (*weak form*)

Pasar dikatakan efisiensi dalam bentuk lemah jika harga-harga dari sekuritas tercermin secara penuh (*fully reflect*) informasi masa lalu.

(a) Efisiensi pasar bentuk pasar setengah kuat (*semistrong form*)

Dikatakan demikian jika harga-harga sekuritas secara penuh mencerminkan semua informasi yang dipublikasikan termasuk informasi yang berada dilaporan-laporan keuangan perusahaan emitem. Informasi tersebut dapat berupa:

1. Informasi yang dipublikasikan yang hanya mempengaruhi harga sekuritas dari perusahaan yang mempublikasikan informasi tersebut. Contohnya dalam bentuk pengumuman.
2. Informasi yang dipublikasikan yang mempengaruhi harga-harga sekuritas sejumlah perusahaan. Contohnya: peraturan pemerintah atau peraturan dari rebulator yang berdampak pada harga-harga sekuritas perusahaan yang terkena regulasi Informasi yang dipublikasikan yang memengaruhi harga-harga sekuritas semua perusahaan yang terdaftar dipasar saham. Contohnya peraturan pemerintah yang berdampak kesemua perusahaan

emitem.

(b) Efisiensi pasar bentuk kuat (strong form)

Dikatakan demikian jika harga-harga sekuritas secara penuh mencerminkan (*fully reflect*) semua informasi yang tersedia termasuk informasi yang privat.

1) Efisiensi pasar secara keputusan

Efisiensi pasar secara keputusan juga merupakan efisiensi pasar bentuk setengah kuat menurut versi Fama yang didasarkan pada informasi yang didistribusikan.

Efisiensi pemasaran merupakan tujuan akhir dari sistem pemasaran ikan. Pengukuran efisiensi dapat dilakukan melalui konsep persaingan yang menghendaki penetapan kriteria meliputi aspek struktur pasar, perilaku dan penampilan pasar. Struktur pasar dan perilaku pasar akan menentukan keragaman pasar yang dapat diukur melalui perubahan harga, biaya dan margin pemasaran serta jumlah komoditas yang diperdagangkan.⁴² Untuk mengetahui efisiensi pemasaran, maka digunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan dengan angka-angka atau rumus sebagai berikut⁴³

$$Eps = \frac{\text{total biaya pemasaran}}{\text{nilai produk yang dipasarkan}} \times 100\%$$

Semakin < nilai Ep yang diperoleh berarti semakin efisien rantai pemasaran tersebut (<1 : Efisien, >1 : tidak Efisien).

⁴²Hanafiah and Saefudin, *Tataniaga Hasil Perikanan*.

⁴³Soekartawi, *Analisis Usaha Tani*.

5. Kepiting Bakau

Kepiting bakau (*Scylla* spp.) hidup pada hampir seluruh perairan pantai terutama pantai yang ditumbuhi mangrove, perairan dangkal sekitar ekosistem mangrove, estuari dan pantai berlumpur. Kepiting bakau memiliki peranan ekologis dalam ekosistem mangrove dan merupakan salah satu komoditi perikanan yang bernilai ekonomis penting. Sebagai makanan asal laut, kepiting bakau sangat digemari karena memiliki rasa daging yang lezat dan bernilai gizi tinggi, terutama kepiting bakau betina bertelur atau matang gonad. Kelezatan dan nilai gizi yang tinggi, menempatkan kepiting bakau sebagai jenis makanan laut eksklusif dengan harga yang cukup mahal.

a. Klasifikasi kepiting bakau

Menurut Nurdin (2010), di Indonesia terdapat empat jenis Kepiting Bakau, yaitu Kepiting Bakau merah (*Scylla olivacea*) atau “red/orange mud crab”, Kepiting Bakau hijau (*Scylla serrata*) atau “giant mud crab, Kepiting Bakau ungu (*Scylla tranquebarica*), dan Kepiting Bakau putih (*Scylla paramamosain*). Lebih lanjut Keenan (1997) menyatakan bahwa empat jenis Kepiting Bakau tersebut memiliki ciri – ciri morfologi berbeda pada karapas dan sepasang capitnya. Juga terdapat perbedaan yang nyata pada panjang karapas dan keberadaan duri pada lobus frontalis.



(a)



(b)

Gambar 1. *Scylla serrata*, (a) tampak dorsal, (b) tampak frontal. Foto: Museum Queensland dalam Keenan



(a)



(b)

Gambar 2. *Scyllatranquebarica*, (a) tampak dorsal, (b) tampak frontal. Foto: Museum Queensland dalam Keenan



(a)



(b)

Gambar 3 *Scylla paramamosain*, (a) tampak dorsal, (b) tampak frontal. Foto:

Museum Queensland dalam Keenan



(a)



(b)

Gambar 4 *Scylla olivacea* (a) tampak dorsal, (b) tampak frontal. Foto: Museum Queensland dalam Keenan

b. Macam dan ciri morfologi kepiting bakau dari genus *Scylla*

Kepiting bakau memiliki ukuran lebar karapas lebih besar dari ukuran dari ukuran panjang tubuhnya dengan permukaan karapas agak licin. Terdapat enam buah duri pada bagian dahi antara sepasang matanya dan di bagian samping kanan dan kiri masing-masing terdapat sembilan buah duri. Kepiting bakau jantan mempunyai sepasang capit yang dapat mencapai panjang hamper dua kali lipat dari panjang karapasnya, sedangkan kepiting bakau betina relative lebih pendek

capitnya. Kepiting bakau juga mempunyai 3 pasang kaki jalan dan 3 sepasang kaki renang. Kepiting bakau berjenis kelamin jantan ditandai dengan abdomen bagian bawah berbentuk segitiga meruncing, sedangkan pada kepiting bakau betina melebar.⁴⁴

c. Biologi kepiting bakau

1) Habitat kepiting bakau

Kepiting bakau dapat hidup pada berbagai ekosistem. Sebagian besar siklus hidupnya berada di perairan pantai meliputi muara atau estuaria, perairan bakau dan sebagian kecil di laut untuk memijah. Jenis *Scylla* spp. Ini biasanya lebih menyukai tempat berlumpur dan berlubang-lubang di daerah ekosistem mangrove. Beberapa jenis kepiting yang dapat dimakan ini juga ditemukan hidup melimpah di perairan estuaria dan kadang-kadang terlihat hidup bersama dengan portuniade (kepiting perenang) lainnya dalam satu kawasan. Distribusi kepiting menurut kedalaman air hanya terbatas pada daerah litoreal dengan kisaran kedalaman air hanya terbatas pada daerah litoreal dengan kisaran kedalaman 0 – 32 meter dan sebagian kecil hidup di laut dalam.⁴⁵

Kepiting bakau jantan lebih banyak menjalani hidupnya di perairan ekosistem mangrove. Di karenakan di perairan ini terdapat suplai makanan yang lebih melimpah dibandingkan perairan terbuka. Sedangkan kepiting betina tidak hanya menjalani hidupnya di wilayah ekosistem mangrove. Kepiting bakau betina juga berpindah ke perairan laut yang lebih dalam untuk memijah telur. Setelah memalukan perkawinan dengan kepiting jantan di wilayah ekosistem mangrove,

⁴⁴ Iskandar kanna, *Budi Daya Kepiting Bakau*, (Yogyakarta kanisius).14

⁴⁵ Adnan Kasry, *Budidaya Kepiting Bakau Dan Biologi Ringkas* (Jakarta: bhara, 2019.9

kepiting betina akan mulai pergi menuju perairan laut yang lebih dalam untuk bertelur. Kepiting betina kembali ke ekosistem mangrove untuk berlindung setelah selesai bertelur hingga waktu bertelur berikutnya⁴⁶

2) Perilaku dan makanan kepiting bakau (*Scylla* sp)

Kepiting bakau merupakan spesies yang khas ekosistem mangrove yang sebagian besar aktivitasnya dilakukan pada ekosistem ini. Kepiting bakau dari persembunyiannya beberapa saat setelah matahari terbenam dan bergerak sepanjang malam terutama untuk mencari makan. Ketika matahari akan terbit kepiting bakau kembali membenamkan diri, sehingga kepiting bakau digolongkan hewan malam.

Kepiting bakau lebih suka bergerak dengan cara merangkak dari pada berenang untuk berpindah dan mencari makanan. Kepiting bakau leboh menyukai makanan alami berupa algae, bangkai hewan dan udang-udangan. Kepiting dewasa dapat dikatakan pemakan segala (omnivorous) dan pemakan bangkai (scavenger). Sedangkan larva kepiting pada masa awal hanya memakan plancton.⁴⁷

3) Siklus hidup kepiting bakau (*Scylla* sp)

Perkawinan kepiting bakau hanya terjadi pada kepiting betina dan jantan yang sudah matang kelamin. Mula-mula kepiting betina yang sudah mengandung telur di sela-sela bagian dalam karapasnya mencari tempat yang sunyi, aman dan terlindung, kemudian kepiting jantan mengikuti dan mendekati kepiting betina. Kepiting jantan naik ke atas punggung kepiting betina dengan posisi perut keduanya menghadap kebawah. Kepiting jantan berenang dengan posisi tersebut

⁴⁶Adnan Kasry, *Budidaya Kepiting Bakau Dan Biologi Ringkas* 10

⁴⁷Ahmad Soim, *Pembesaran Kepiting* (Jakarta: penebar swadaya).

dan membawa kepiting betina mencari tempat yang lebih sunyi untuk melakukan pembuahan. Proses pembuahan biasanya terjadi selama 7-12 jam dan setelahnya jantan dan betina berpisah.⁴⁸

Tingkat perkembangan kepiting bakau dapat dibagi atas tiga fase, yaitu fase telur (embrionik), fase larva dan fase kepiting (Estampador). Mulai dari telur hingga mencapai kepiting dewasa mengalami beberapa tingkat perkembangan. Tingkat perkembangan tersebut antara lain tingkat zoea, tingkat megalopa, tingkat kepiting muda dan tingkat kepiting dewasa. Setelah telur menetas maka muncul larva tingkat I (*zoea I*) yang terus menerus berganti kulit sampai lima kali (*zoea V*), fase ini membutuhkan waktu 18 hari selanjutnya akan berganti kulit menjadi *megalopa* yang bentuk tubuhnya sudah mirip dengan dewasa, kecuali masih memiliki bagian ekor panjang. Kepiting bakau membutuhkan waktu antara 11-12 hari untuk tumbuh dari tingkat *megalopa* ke tingkat kepiting muda.⁴⁹

a) Faktor pengaruh kelangsungan hidup kepiting bakau

Air merupakan hal yang penting bagi kehidupan kepiting bakau karena secara langsung menjadi kebutuhan kepiting bakau, yaitu sebagai habitat hidup. Air merupakan komponen abiotik yang memiliki berbagai kondisi kualitas. Kondisi kualitas air yang berbeda dapat mengakibatkan dampak yang berbeda pada pertumbuhan dan perkembangan kepiting bakau. Berbagai kondisi kualitas air tersebut merupakan parameter yang dapat diukur. Parameter kualitas air yang dapat diukur serta dapat menjadi penentu pertumbuhan dan perkembangan

⁴⁸Adnan Kasry, *Budidaya Kepiting Dan Biologi Ringkas* (Jakarta: Bharata, 2019).12-14

⁴⁹Adnan Kasry, "Budidaya kepiting dan Biologi Ringkas", (Jakarta: Bharata, 2019).15-19

kepiting bakau terdiri dari : suhu, salinitas, derajat keasaman (pH) dan kedalaman air.

1) Suhu

Suhu air menggantikan pertumbuhan, aktivitas molting (ganti kulit) dan nafsu makan kepiting bakau. Suhu air yang lebih rendah dari 20°C dapat mengakibatkan aktivitas dan nafsu makan turun drastic. Suhu terlalu tinggi juga tidak dapat ditoleransi kepiting bakau. Suhu di atas 42,1⁰C-32⁰C.

2) Salinitas

Salinitas merupakan kadar garam terlarut. Habitat kepiting bakau merupakan perairan laut yang memiliki salinitas. Tinggi rendahnya salinitas berpengaruh terhadap kepiting bakau. Salinitas berpengaruh pada setiap fase pertumbuhan kepiting bakau terutama pada saat molting (ganti kulit).

3) Derajat keasaman (pH)

Kepiting bakau dapat tumbuh dan berkembang baik pada derajat keasaman yang relative lebih basa. Derajat keasaman yang sesuai untuk kepiting bakau adalah antara 7,2-7,8 namun dalam kondisi yang sedikit asam kepiting masih dapat bertahan hidup dengan kemampuan toleransi pH yang cukup baik.

a) Kedalaman air

Kedalaman air berpengaruh bagi kehidupan kepiting bakau. Beberapa hal yang terpengaruh oleh kedalaman air adalah aktivitas berpindah perkawinan kepiting bakau. Kepiting bakau menyukai lokasi dengan kedalaman 50 cm – 200 cm.

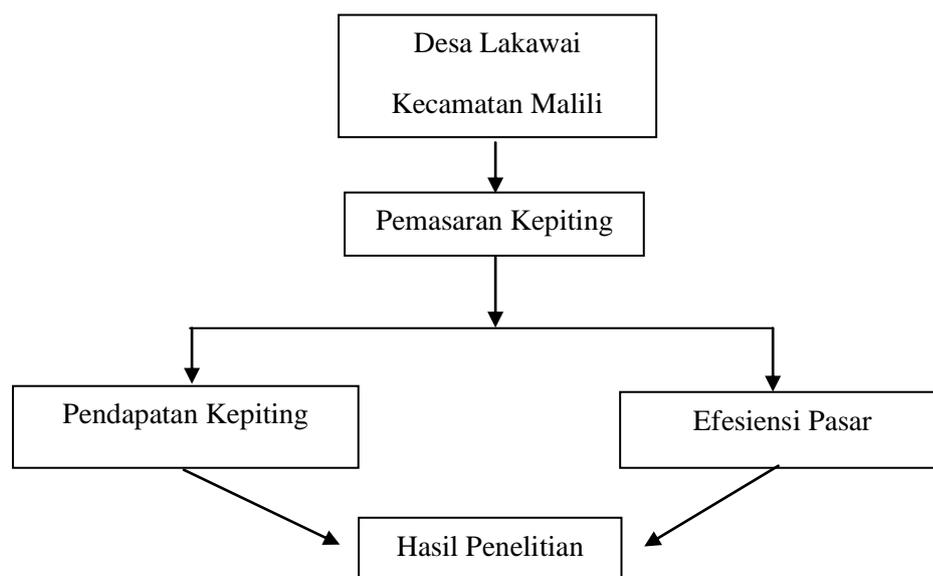
b) Tingkat kecerahan air

Kecerahan air merupakan ukuran kejernihan suatu perairan berdasarkan kemampuan penetrasi cahaya pada air. Semakin tinggi suatu kecerahan air menggambarkan sifat optik air ditentukan berdasarkan banyaknya cahaya diserap dan dipancarkan oleh partikel-partikel padat tersuspensi yang terdapat di dalam air.

Berkurangnya kecerahan pada suatu perairan dapat mengurangi kemampuan fotosintesis tumbuhnya air dan kegiatan fisiologi biota air atau dengan kata lain partikel-partikel padat di dalam suatu perairan terutama yang berupa suspensi dapat mempengaruhi aktivitas kehidupan berbagai biota perairan. Salah satunya adalah kepiting bakau.

C. Kerangka Pikir

Untuk mengetahui tentang variabel yang akan diteliti, yaitu analisis pendapatan dan efisiensi pemasaran kepiting bakau di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur akan digambarkan dalam kerangka konsep sebagai berikut.



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

Desa Lakawali merupakan salah satu Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur, dengan perekonomian yang tertumpu pada kegiatan nelayan dan perdagangan. Oleh karena itu sebagian besar masyarakat di Desa Lakawali mengandalkan pendapatan mereka dengan cara berprofesi sebagai nelayan kepiting untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.

Penghasilan yang diperoleh nelayan tidaklah menetap dan terkadang hanya mampu untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya saja. Hasil penangkapan nelayan yang membuat penghasilannya semakin berkurang, hal ini karena berkurangnya kepiting-kepiting kecil yang di tangkap melalui alat tangkap bubu, adapun ulah manusia yang menggunakan alat tangkap yang sudah dilarang oleh pemerintah seperti menggunakan bahan-bahan yang mengandung racun yang menyebabkan kepiting tersebut menjadi mati.

Para nelayan sangat bergantung pada harga yang ditetapkan dipasaran, dipara pengepul dan pedagang, karena harga yang menentukan jumlah dari hasil penghasilan dari hasil penangkapan kepiting bakau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang akan dilakukan dalam proses penelitian, melalui jenis dan pendekatan penelitian. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang tujuannya memberi gambaran atau uraian tentang fenomena ataupun gejala sosial yang diteliti dengan mendeskripsikan variabel baik satu variabel ataupun lebih menurut indikator-indikator dari variabel yang diteliti tanpa menghubungkan atau membandingkan variabel yang diteliti untuk klasifikasi atau dieksplorasi dengan mendeskripsikan variabel yang berkaitan dengan variabel yang sedang diteliti.⁵⁰

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mixed approach*) yaitu suatu langkah penelitian dengan menggabungkan dua bentuk pendekatan dalam penelitian yaitu itu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif.⁵¹ Sedangkan menurut Sugiyono *mix method* adalah metode penelitian dengan menggabungkan antara dua metode penelitian sekaligus kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid reliabel dan objektif.⁵²

⁵⁰Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif)*. (Jakarta: Gaung Persada Press).

⁵¹John W. Cresswell, *Qualitative Inquiry and Research Design* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2016).

⁵²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Jakarta: Alfabeta).

Pendekatan mix method method diperlukan diperlukan untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat pada Bab 1. Rumusan masalah yang pertama dan ketiga dapat dijawab melalui pendekatan kuantitatif dan rumusan masalah yang kedua dapat dijawab melalui pendekatan kualitatif. Hal ini dilakukan untuk menemukan permasalahan di lapangan yang akan memberikan pemahaman baru bagi masing-masing pembaca.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang nantinya akan di bahas secara mendalam dan menyeluruh dalam penelitian ini yaitu :

1. Pendapatan Nelayan Kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Kabupaten Luwu Timur
2. Pemasaran Kepiting di Desa lakawali Kecamatan Kabupaten Luwu Timur
3. Efisiensi pemasaran kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur

C. Defenisi istilah

1. Pendapatan adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari
2. Efisiensi pemasaran adalah sebagian hubungan antara harga-harga sekuritas dengan informasi.
3. Kepiting bakau (*Scylla spp*) adalah sejenis kepiting yang hidup di ekosistem hutan bakau.

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Suharsimi Arikunto⁵³ memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian amati. Pada penelitian kualitatif responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah informan kunci. Informan dalam penelitian yaitu nelayan Kepiting Bakau di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur yang berjumlah 20 nelayan.

E. Data dan Sumber Data

Dalam menyelesaikan masalah yang akan di teliti, perlu memiliki data pendukung. Data-data ini kemudian diproses dengan sejumlah langkah. Pertama-tama pemilihan data dilakukan berdasarkan pada dasar-dasar kebenaran dan bobot data. Kemudian data tersebut terkualifikasi berdasarkan masalah yang akan di bahas, oleh karena itu, ada dua jenis data dalam penyusunan penelitian ini, kedua jenis tersebut adalah sebagai berikut :

1. Data primer

Data primer merupakan data yang di peroleh secara langsung dari informan atau objek penelitian. Informan di tentukan sesuai masalah penelitian. Informan dalam penelitian ini berasal dari nelayan kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur

⁵³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016).

2. Data sekunder

Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain, biasanya diperoleh dari berbagai jenis publikasi untuk mendukung data primer. Data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh dari sumber literature seperti buku, dokumen pihak terkait, serta sumber dari media lain yang dapat mendukung kelengkapan data penelitian sehingga penelitian ini dapat berjalan secara akurat dan sesuai dengan kenyataan.

F. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data yang dilakukan dengan berbagai metode-metode seperti observasi, wawancara, kuisisioner memerlukan alat bantu sebagai instrument. Instrument yang dimaksud yaitu kamera, telepon genggam untuk merekam, pulpen serta buku untuk mencatat yang digunakan untuk menuliskan atau menggambarkan informasi data yang didapat dari narasumber.

Instrument yang digunakan adalah melalui wawancara yang dimana mempersiapkan beberapa pertanyaan untuk dijadikan bahan data atau sumber. Pertanyaan wawancara ini antara lain sebagai berikut:

1. Tingkat pendapatan nelayan kepiting di Desa Lakawali
 - a. Berapa pendapatan nelayan kepiting perbulan?
 - b. Berapa pendapatan nelayan kepiting perpenjualan?
 - c. Dalam satu bulan berapa kali anda pergi mencari kepiting?
 - d. Rata-rata perolehan kepiting setiap periode?

2. Model pemasaran kepiting di Desa Lakawali
 - a. Bagaimana model pemasaran kepiting di Desa Lakawali?
 - b. Bagaimana pendapat saudara dengan model pemasaran tersebut?
3. Tingkat efisiensi pemasaran kepiting
 - a. Harga di tingkat nelayan per kg?
 - b. Harga di tingkat pengepul per kg?
 - c. Harga pengecer per kg?

G. Teknik pengumpulan data

Sesuai dengan bentuk pendekatan penelitian kualitatif dan sumber data yang akan digunakan, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah analisis dokumen, observasi dan wawancara. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara observasi ialah data yang diambil melalui pengumpulan dan pengamatan data dilokasi secara langsung untuk mengetahui kondisi subjektif diseperti lokasi penelitian. Observasi ialah suatu kegiatan untuk menyelidiki atau mengetahui yang dilakukan secara sistematis yang dilakukan dengan melihat langsung kejadian yang ada di lapangan dan dapat di analisa pada saat kejadian berlangsung. Observasi yang akan dilakukan peneliti ialah observasi partisipasi atau participant observation yaitu peneliti melihat, mengamati dan terlibat secara langsung dalam aktifitas subjek yang akan diteliti untuk menemukan data yang lebih akurat.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu instrumen yang dapat digunakan untuk memperoleh data dimana peneliti mempersiapkan beberapa pertanyaan wawancara untuk dijadikan bahan data atau sumber

3. Kuisisioner

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.⁵⁴ Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioer, daftar pertanyaannya dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan terbuka

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang efisiensi pemasaran kepinging di Desa Lakawali

H. Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan yakni teknik triangulasi dengan sumber berarti sumber data diuraikan secara rinci. Patton dalam Moleong menyatakan: triangulasi dengan sumber berarti membandingkan serta mengecek balik derajat kepercayaan mengenai informasi yang dihasilkan waktu serta alat yang berbeda.⁵⁵ Tehnik triangulasi serta serta sumber ini dilaksanakan menggunakan cara sebagai berikut:

1. Melakukan konfirmasi antara hasil wawancara dengan hasil pengamatan, dan rekaman dan catatan berdasarkan bahan-bahan dokumentasi serta arsip yang dihasilkan selama penelitian di lapangan.

⁵⁴Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara),.66

⁵⁵Moleang Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya).14

2. Melakukan uji silang terhadap materi catatan lapangan yang ditulis peneliti dengan data dan informasi hasil dari wawancara.
3. Hasil konfirmasi data atau informasi itu perlu dikaji lagi dengan informasi-informasi lainnya, karena dapat terjadi hasil konfirmasi tersebut bertentangan dengan informasi-informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya dari informan atau sumber lain.
4. Trianggulasi, proses triangulasi ini dilaksanakan terus menerus selama kegiatan pengumpulan data dan analisis data sampai suatu saat yakni bahwa sudah tidak ada lagi perbedaan-perbedaan, serta tidak ada lagi yang harus dikonfirmasi kepada informan.

I. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵⁶

Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibagi berdasarkan rumusan masalah. Untuk menjawab rumusan masalah pertama alat analisis yang digunakan penulis menggunakan rumus Indeks Koefisien Gini.

$$GR = 1 - \sum f_i [Y_i + Y_{i-1}]$$

⁵⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*

Ket :

f_i = jumlah persen (%) penerima pendapatan kelas ke i .

Y_i = jumlah kumulatif (%) pendapatan pada kelas ke i .

Nilai GR terletak antara nol sampai dengan satu. Bila $GR = 0$, ketimpangan pendapatan merata sempurna, artinya setiap orang menerima pendapatan yang sama dengan yang lainnya. Manfaat ini koefisien gini adalah digunakan untuk mengukur tingkat ketimpangan pendapatan secara menyeluruh.

Untuk menjawab rumusan masalah kedua penulis menganalisis secara deskriptif dengan memaparkan hasil-hasil wawancara dari para responden. Kemudian menarik suatu kesimpulan tentang model pemasaran kepiting bakau di Desa lakawali.

Adapun untuk menjawab rumusan masalah untuk mengetahui margin pemasaran, farmer's share, rasio keuntungan dan efisiensi pemasaran menurut Soegiono⁵⁷. Besarnya margin pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\mathbf{MP = Pr - Pf}$$

Untuk satu level pedagang margin pemasaran dihitung dengan rumus :

$$\mathbf{MP = KP + BP}$$

$$\mathbf{KP = MP - BP}$$

$$\mathbf{BP = MP - KP}$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat pedagang pengecer

Pf = Harga di tingkat nelayan

⁵⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D g.*

KP = Keuntungan Pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

Kriteria pengambilan keputusan

1. Margin pemasaran dikatakan efisiensi apabila angkanya mendekati 0
2. Semakin kecil nilai margin pemasaran maka semakin efisien suatu pemasaran. Selain itu, pemasaran dapat dikatakan efisien apabila nilai harga yang diterima nelayan lebih besar dan pada margin pemasaran keseluruhan.

Untuk menghitung farmer's share (bagian) harga yang diterima nelayan dihitung dengan rumus:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Fs = Share (bagian) harga yang diterima nelayan

Pf = Harga ditingkat nelayan

Pr = Harga ditingkat pengecer.⁵⁸

Indikator efisien pemasaran dapat diukur dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika share yang diterima nelayan lebih besar dan share yang diterima nelayan mendekati 100%, maka saluran pemasaran tersebut dikategorikan efisien.
- b. Jika share harga yang diterima nelayan lebih kecil dan share margin pemasarannya besar, maka saluran pemasaran tersebut dapat dikategorikan tidak efisien.

⁵⁸R.L. Kohls and Uhl J.N., *Marketing of Agricultural Products* (New York: Macmillan Company).

3. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran kepiting pada masing masing lembaga pemasaran digunakan rumus dari Soekartawi.⁵⁹ sebagai berikut:

$$Eps = \frac{Bp}{He} \times 100$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

HE = Harga Eceran

Kriteria : Eps 5% Tidak efisien

⁵⁹Soekartawi, *Panduan Membuat Usaha Proyek Pertanian Dan Pedesaan* (Yogyakarta: PT. Bumi Aksara.).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur

Desa Lakawali merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur Provinsi Sulawesi Selatan yang lahir akibat metamorphose dari program Pemerintah Pusat tentang penyebaran penduduk dalam rangka pemerataan pembangunan di Wilayah Timur Indonesia yang dikenal dengan nama Program Transmigrasi.

Bahwa sebelum Lakawali ini dijadikan sebagai lokasi transmigrasi oleh Pemerintah Pusat, berdasarkan informasi yang terangkum memberikan penjelasan bahwa sejak tahun 1950 telah ada masyarakat yang bermukim di daerah ini dan tinggal di daerah pesisir secara turun temurun, dan hingga pada tahun 1981 pemerintah pusat melakukan pemetaan dan perencanaan pembangunan stasiun pemukiman transmigrasi, namun masyarakat tersebut oleh pemerintah tidak dimasukkan kedalam wilayah permukiman transmigrasi.

Nama LAKAWALI berasal dari Bahasa Daerah Bugis yang terdiri dari dua suku kata yaitu “LOKA” yang berarti “PERGI” dan “KAWALI” yang berarti “PISAU” (sejenis senjata tradisional seperti: Keris di Jawa dan Celurit di Madura), secara singkat kata “LAKAWALI” muncul berdasarkan cerita yang tumbuh dan berkembang dikalangan masyarakat lokal yang berlatar-belakang sebagai nelayan, dan telah menjadi legenda. masyarakat pesisir yang pada waktu itu hidup sebagai nelayan, dan nelayan menjadi mata pencaharian pokoknya.

Menurut cerita dimaksud, bahwa pada waktu dahulu ada seorang nelayan yang melaut mencari ikan namun karena alam tidak bersahabat akhirnya nelayan tersebut terdampar ke sungai dan kawali yang dibawanya terjatuh, maka nelayan ini pun mencari kawali miliknya tersebut hingga berhari-hari namun belum juga ditemukan, sehingga nelayan tersebut setiap hari jika hendak pergi ke lokasi tempat terjatuhnya kawali miliknya, acap kali bertemu dengan teman sesama nelayan selalu ditanya dengan kalimat yang sama, yaitu “LAO PEGA” (hendak kemana...) nelayan tersebut pun menjawab seponatan dengan kalimat “LOKA SAPA KAWALI” (pergi cari kawali) dan akhirnya diabadikanlah peristiwa diatas pada tempat kejadian peristiwa menjadi sebuah nama yaitu “Sungai Lakawali”, nama inilah yang kemudian menjadi cikal bakal nama sebuah Desa diwilayah Kecamatan Malili.

Awalnya Lakawali merupakan salah satu kampung/dusun yang menjadi bagian dari wilayah Desa Manurung (Tanah Manurung) yang pada tahun 1981 dijadikan sebagai salah satu lokasi tujuan dan pusat pembangunan perumahan permukiman transmigrasi dengan nama UPT Angkona II SP 1 (Unit Permukiman Transmigrasi Angkona II Stasiun Pemukiman 1), dimana penduduknya terdiri dari warga asal dan warga lokal. Warga asal sendiri didatangkan dari pelbagai pulau wilayah Indonesia, diantaranya penduduk dari Pulau Jawa, Pulau Bali, dan Pulau Lombok, yang secara bertahap/ gelombang didatangkan ke daerah ini.

Gelombang pertama masuk pada tanggal 11 November 1981 yang berasal dari Provinsi Jawa Tengah daerah kabupaten Banjar Negara, Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Cilacap. Kemudian disusul Gelombang berikutnya

yang berasal dari Provinsi Bali, dan Gelombang ketiga berasal dari Provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Jawa Timur Daerah Kabupaten Bondowoso, Gelombang keempat warga transmigrasi didatangkan dari Provinsi Jawa Timur daerah Kabupaten Ponorogo, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Jember dan Kabupaten Banyuwangi.

Selanjutnya Gelombang kelima merupakan gelombang penduduk transmigrasi terakhir yang didatangkan dari luar Pulau Sulawesi yakni penduduk dari Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sedangkan warga lokal yang dimaksud adalah penduduk/masyarakat lokal yang berada di daerah transmigrasi yang lebih dikenal dengan UPPDT (Unit Pemukiman Penduduk Daerah Transmigrasi). Permukiman transmigrasi pun terus tumbuh dan berkembang menjadi salah satu wilayah pertanian yang memberikan harapan dan semangat bagi para masyarakatnya yang bermukim di daerah ini, hal ini dikarenakan mereka yang didatangkan notabene merupakan petani di daerah asalnya. Kemudian hingga hampir satu dasawarsa masyarakat dalam masa pembinaan Departemen Transmigrasi, UPT Angkona II SP 1 berubah status menjadi desa definitif, desa yang dimekarkan dari Desa Manurung sebagai Desa Induk dengan nama “Desa Lakawali” berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Sulawesi Selatan Nomor: 181/II/1989 tanggal 17 Februari 1989 tentang Pembentukan 7 (tujuh) Desa Ex Unit Pemukiman Transmigrasi Dalam Wilayah Kabupaten Daerah Tingkat II Luwu. Dan pada tahun 2010 Dusun Lakawali Pantai yang merupakan wilayah Desa Lakawali dimekarkan menjadi Desa Lakawali Pantai yang bersifat definitif. Sehingga saat ini wilayah Desa Lakawali telah menjadi 2 (dua) daerah yang

otonom dalam pengendalian pemerintah desa yang bersifat mandiri dan definitif yaitu Desa Lakawali dan Desa Lakawali Pantai.

Momentum tanggal 11 November 1981 yang merupakan kedatangan gelombang pertama warga transmigrasi di UPT Angkona II SP 1 yang kini telah berubah menjadi Desa Lakawali ditetapkan menjadi hari jadi Desa Lakawali, yang setiap tahun diperingati oleh masyarakat Desa Lakawali. Penjabat Kepala Pemerintahan Desa Lakawali dari masa ke masa, adalah sebagai berikut:

- a. Lasarus Tadji (1982 – 1988) jabatan KUPT Angkona II SP 1
- b. Imam Wibisono (1988 – 1996) jabatan KAD Desa Lakawali
- c. Ahmad Supareng (1996 – 2000) jabatan Pjs. Kades Lakawali
- d. Hasan Salman (2000 – 2002) jabatan Kepala Desa Lakawali
- e. Muhammad Isnaen (2002 – 2003) jabatan Pjs. Kades Lakawali
- f. Drs. Muh. Zaenuri (2003 – 2014) jabatan Kepala Desa Lakawali
- g. Muh. Yamin, SH (2014 – Sekarang) jabatan Kepala Desa Lakawali

Berdasarkan demografi desa saat ini pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan ekonomi di Desa Lakawali sangat pesat, sehingga banyak penduduk daerah lain banyak yang masuk dan menjadi penduduk daerah ini. Kini Lakawali telah menjadi daerah yang multi-etnik dan agama, dapat juga disebut dengan Indonesia Mini, sebab bhineka dan prularis, namun demikian masyarakat Desa Lakawali tetap bersatu dan berdiri kokoh, mereka masyarakat yang sadar akan perbedaan dan paham akan kemajemukan, sehingga dapat menjaga keseimbangan dalam memelihara kerukunan antara warga masyarakat demi terwujudnya desa yang damai dan kondusif lagi sejahtera. Jumlah penduduk desa lakawali pada tahun 2021 yaitu:

Tabel 4.1 Total Jumlah Penduduk

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki	1877
2	Perempuan	1732
Total		3609

Tabel 4.2 Total Jumlah Penduduk berdasarkan usia

Batasan umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0-4 Tahun	0	0	0
5-9 Tahun	153	134	287
10-14 Tahun	183	170	353
15-19 Tahun	222	187	409
20-24 Tahun	184	157	341
25-29 Tahun	137	139	276
30-34 Tahun	128	153	281
35-39 Tahun	164	180	344
40-44 Tahun	188	162	350
45-49 Tahun	131	109	240
50-54 Tahun	103	74	177
55-59 Tahun	58	72	130
60-64 Tahun	60	66	126
65-69 Tahun	53	47	100
70-74 Tahun	47	33	80
>75 Tahun	61	38	99
Jumlah	1872	1721	3593

Tabel 4.3 Total Jumlah Penduduk berdasarkan Pendidikan

Pendidikan akhir	Laki-laki	Perempuan	jumlah
Tidak/Belum sekolah	417	420	837
Tidak tamat SD	319	279	598
Tamat SD/Sederajat	492	487	979
SLTP/Sederajat	327	293	620
SLTA/Sederajat	273	187	460

Tabel 4.4 Total Jumlah Penduduk berdasarkan Agama

Agama	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Islam	1588	1474	3062
Kristen	25	15	40
Khatolik	14	18	32
Hindu	250	225	475
Budha	0	0	0
Konghucu	0	0	0
Jumlah	1877	1732	3609

Adapun Visi Desa Lakawali yaitu Terwujudnya Tata Kelolah Pemerintahan Desa Yang Baik Dalam Membangun Lakawali Yang Makmur Sejahtera Lahir Dan Batin.

Adapun misi Desa Lakawali yaitu:

- 1) Mewujudkan Pemerintahan yang baik, berwibawa berkualitas dan demokratis;
- 2) Terpenuhi Rasa Aman pada Masyarakat;

- 3) Terciptanya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat melalui Peningkatan Usaha Pertanian Tambak, Perkebunan dan Perdagangan serta terbukanya Lapangan kerja secara mandiri;
- 4) Mengoptimalkan Potensi yang ada sebagai Pusat pertumbuhan Ekonomi;
- 5) Mengembangkan Nilai-nilai Budaya dan peningkatan Kualitas keimanan dan ketaqwaan masyarakat;
- 6) Terpenuhinya pelayanan yang prima Kepada masyarakat;
- 7) Pengembangan, peningkatan dan pemeliharaan sarana dan Prasarana.

2. Pendapatan Nelayan Kepiting di Desa Lakawali

Nelayan adalah orang atau individu yang aktif dalam melakukan penangkapan ikan dan binatang air lainnya. Tingkat kesejahteraan nelayan sangat ditentukan oleh hasil tangkapannya. Seiring dengan banyaknya tangkapan maka akan terlihat juga besarnya pendapatan yang diterima oleh nelayan yang nantinya dipergunakan untuk konsumsi keluarga, dengan demikian tingkat pemenuhan konsumsi keluarga sangat ditentukan oleh pendapatan yang diterima.

Pendapatan merupakan jumlah barang dan jasa yang memenuhi tingkat hidup masyarakat, dimana dengan adanya pendapatan yang dimiliki masyarakat dapat memenuhi kebutuhan, dan pendapatan rata-rata yang dimiliki oleh tiap jiwa disebut juga dengan pendapatan serta menjadi tolok ukur kemajuan atau perkembangan ekonomi.

Pendapatan nelayan Kepiting di Desa lakawali diperoleh dari hasil penjualan kepiting yang mereka cari dalam setiap bulan, adapun hasil pendapatan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan Nelayan Kepiting di Desa Lakawali

Pendapatan/Bulan	Banyaknya
500,000	1
800,000	3
1,000,000	10
1,500,000	4
2,000,000	2
Jumlah	20

Tabel 4.6 Rata-rata pendapatan Nelayan

No	Nama	Pendapatan Perpenjualan	Bulan
1	Arifin	100000	1,000,000.00
2	Sopani	100000	1,000,000.00
3	bp ningsi	100000	1,000,000.00
4	Yamin	100000	1,000,000.00
5	Sultan	80000	800,000.00
6	Subahan	80000	800,000.00
7	Waraksum	100000	1,000,000.00
8	Wahidin	100000	1,000,000.00
9	Toha	100000	1,000,000.00
10	Wahyu	150000	1,500,000.00
11	Andika	200000	2,000,000.00
12	Solihin	100000	1,000,000.00
13	Aan	200000	2,000,000.00
14	Perdi	150000	1,500,000.00
15	Yanto	150000	1,500,000.00
16	Yaya	80000	800,000.00

17	Rohmat	100000	1,000,000.00
18	Bambang	50000	500,000.00
19	Rois	150000	1,500,000.00
20	Taja	100000	1,000,000.00
	Jumlah	2.290.000	22.900.000
	Rata-rata	115.500	1.145.000

Rumus Rata-rata pendapatan perpenjualan

Rata-rata perpenjualan

$$\begin{aligned} & \frac{\text{total pendapatan perpenjualan}}{\text{jumlah nelayan}} \\ &= \frac{2.290,000}{20} \\ &= 114.500 \end{aligned}$$

Rumus rata-rata pendapatan perbulan

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Total pendapatan perbulan}}{\text{jumlah nelayan}} \\ &= \frac{22.900.000}{20} \\ &= 1.145.000 \end{aligned}$$

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pendapatan terendah yang di peroleh oleh nelayan yaitu sebesar Rp. 500.000 dan tertinggi sebesar Rp.2.000.000 dan jika di rata-ratakan dari jumlah pendapatan nelayan perbulan yaitu sebesar Rp 1.145.000.

“Saya merasa hasil penjualan kepiting yang saya lakukan ini menjadi penghasilan tambahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di keluarga. Biasanya saya mendapatkan penghasilan Rp.800.000-1.000.000/bulan”⁶⁰

Tingkat pendapatan nelayan kepiting di Desa Lakawali sangat baik karena mampu memberikan pendapatan tambahan kepada para nelayan di area tersebut.

“Alhamdulillah saya merasa pendapatan saya selama menjadi nelayan bisa mencukupi kebutuhan saya sehari-hari bersama keluarga, tetapi saya juga tidak bisa hanya mengharapkan penghasilan dari penjualan tersebut.”⁶¹

Tabel 4.7 Data pendapatan perpenjualan Nelayan Kepiting di Desa Lakawali

Pendapatan/penjualan	Banyaknya
50.000	1
80.000	3
100.000	10
150,000	4
200.000	2
Jumlah	20

Pendapatan para nelayan tidak hanya dihitung dari perbulan saja akan tetapi pendapatan nelayan juga dilihat dari per penjualan, karena tingkat pendapatan juga dilihat dari berapa banyak jumlah yang didapatkan para nelayan.

Untuk memperoleh pendapatan di atas nelayan Kepiting di Desa Lakawali melakukan pencarian kepiting dalam setiap bulannya rata-rata 4 - 10 dalam satu bulan. Pada setiap pencarian mereka memperoleh hasil rata-rata 10 Kg.

⁶⁰ Bapak Toha (30 tahun), Masyarakat nelayan kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur, 25 juli 2021

⁶¹ Bapak Subahan (25 tahun), Masyarakat Nelayan Kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili kabupaten Luwu timur, 25 juli 2021

“Biasanya saya pergi mencari kepiting 4-10 kali dalam sebulan, kalau saya mendapatkan kepiting yang banyak berarti penghasilan yang saya dapatkan juga semakin besar tergantung dari jenis kepiting yang saya dapatkan.”⁶²

“Kalau kondisi cuaca bagus saya biasa mencari kepiting sampai 10 kali dalam sebulannya, itu pun kalau cuaca bagus dan mendukung, tapi kalau cuaca kurang mendukung biasa saya mencari kepiting bisa 8 kali dalam sebulannya dan itu sangat berpengaruh dalam pendapatan saya dalam sebulannya”⁶³

Untuk mengetahui apakah distribusi pendapatan para nelayan kepiting di Desa Lakawali dapat terjadi pemerataan atau tidak dapat dilihat pada hasil perhitungan Gini Rasio sebagai berikut :

Tabel 4.8 Tabel Perhitungan Gini Rasio

Pendapatan	F Kom	F Kom P	Jum
	Nelayan	Pendapatan	
500,000	0.05	0.021834	0.0011
800,000	0.15	0.148472	0.0223
1,000,000	0.50	0.711179	0.3559
1,500,000	0.20	1.537118	0.3074
2,000,000	0.10	1.825328	0.1825
Jumlah			0.8692

Hasil analisis yang penulis lakukan memperoleh nilai Gini Rasio sebesar $1 - 0.8692 = 0.13$ yang berarti ketimpangan pendapatan rendah sebab masih lebih kecil dari 0.4.

⁶² Bapak yamin (45 tahun), masyarakat nelayan kepiting, Wawancara di Desa Lakawali kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur, 25 juli 2021

⁶³ Bapak Ningsih (40 tahun), Masyarakat nelayan kepitingm Wawancara di Desa Lakawali Kecamatan Malili kabupaten Luwu Timur, 26 juli 2021

Tabel 4.11 Harga Pemasaran Kepiting Bakau

NO	Uraian	Juni
1	Nelayan	
	b.LBS/Kg	75000
	e. BS/Kg	30000
2	Pengempul	
	b. LBS/Kg	95000
	e. BS/Kg	40000
3	Pengecer	
	b. LBS/Kg	105000
	e. BS/Kg	50000

3. Model Pemasaran Kepiting di Desa Lakawali

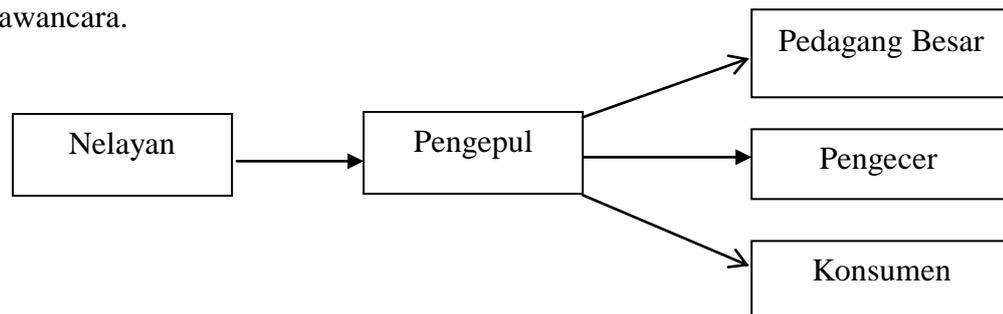
Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, penyalur ini secara aktif akan mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen. Pemasaran hasil pertanian merupakan 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 Saefuddinsaluran pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan mana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen.Semakin panjang

jarak dan semakin banyak perantara yang terlibat dalam pemasaran. Maka biaya pemasaran semakin tinggi dan margin tataniaga juga semakin besar.⁶⁴

Salah satu peran utama saluran pemasaran adalah mengubah pembeli potensial menjadi pelanggan yang menguntungkan. Saluran pemasaran tidak hanya melayani pasar, tetapi mereka juga harus membentuk pasar. Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Barang yang lebih cepat ke tangan konsumen biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana. Dalam hubungan dalam pemindahan, kegiatan perantara pedagang berbeda dengan lembaga lain.

Model pemasaran kepiting di Desa Lakawali berdasarkan hasil Wawancara.



Berbagai macam saluran pemasaran kepiting yaitu :

Pertama, Nelayan - Pengepul - Pedagang Besar.

Yaitu dengan proses penyaluran pemasaran kepiting di Desa Lakawali, dari Nelayan menjual ke pengepul kemudian dari pengepul sampai ke pedagang besar.

Kedua, Nelayan – Pengepul – Pengecer

⁶⁴ Hanafiah, M. Dan A. Saefuddin. 2006. Tataniaga Hasil Perikanan. Indonesia Universitas Press, Jakarta

Dari nelayan kemudian ke pengepul selanjutnya pengepul bisa langsung ke pengecer-pengecer kecil di pasar lakawali

Ketiga, Nelayan – Pengepul – Konsumen

Selanjutnya kepiting yang di bawa nelayan langsung dijual ke pengepul. dari pengepul tersebut kemudian konsumen dapat membelinya langsung untuk di konsumsi

Karena dalam kegiatan penyaluran pemasaran yang umumnya tidak dilakukan sendiri melainkan kegiatan tersebut juga bersangkutan dengan adanya biaya jasa dari setiap kegiatan yang akan di lakukan.

Model pemasaran kepiting Di Desa Lakawali, kabupaten Luwu Timur, Tanggapan nelayan terhadap model pemasaran yang biasa di lakukan di Desa Lakawali?

Dilakukan dengan cara para nelayan kepiting menjual hasil tangkapan kepiting mereka langsung ke para pengepul. Dengan harga yang telah disepakati dengan pengepul. Kemudian, pengepul menjual kembali kepiting tersebut kepada para pengecer atau konsumen.

Tanggapan Nelayan terhadap model pemasaran yang biasa di lakukan di Desa Lakawali?

“Menurut saya, sistem penjual yang saya lakukan disini yaitu lansung menjual ke pengepul atau biasa juga ada pembeli yang datang untuk membeli kepiting dengan cara penjualan begitu nelayan seperti kami tidak lagi susah mencari pembeli”.⁶⁵

⁶⁵ bapak wahyu (35 tahun), masyarakat nelayan kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur 26 juli 2021

Tanggapan Pengepul terhadap model pemasaran yang biasa di lakukan di Desa Lakawali?

“Menurut saya penjualan kepiting disini itu biasanya langsung saya bawa kemakassar tapi biasa juga ada pengecer yang datang untuk membeli kalau dia jual dipasar. Dengan sistem penjualan seperti itu dapat memberikan keuntungan kepada para pengepul yang membeli langsung kepiting dari nelayan dengan harga yang murah, kemudian mereka menjualnya kembali kepada konsumen dengan harga yang lumayan mahal/tinggi⁶⁶”.

Tanggapan Komsumen terhadap model pemasaran yang biasa di lakukan di Desa Lakawali?

“Menurut saya, cukup baik karena saya sebagai pembeli dapat dimudahkan untuk memperoleh kepiting yang kami inginkan⁶⁷”.

4. Efisiensi Pemasaran Kepiting di Desa Lakawali

Menurut Kottler ⁶⁸ dalam perekonomian banyak produsen bekerjasama dengan perantara pemasaran untuk menyalurkan barang – barang mereka ke pasar, dimana perantara membenntuk satu saluran pemasaran atau disebut saluran pedagang, saluran penyalur produk, pedagang perantara yang menyediakan informasi dari konsumen ke produsen dan sebaliknya serta meringankan beban produsen dalammendistribusikan produk, terdapat 4 (empat) kemungkinan saluran pemasaran barang yaitu : 1. Produsen – konsumen akhir. 2. Produsen – pengecer – konsumen akhir. 3. Produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir. 4. Produsen – pedagang besar – agen – pengecer – konsumen akhir. Untuk

⁶⁶Bapak ela (35 tahun), Pengepul kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur, 26 juli 2021

⁶⁷Ibu ani (40 tahun), Masyarakat konsumen di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur, 26 juli 2021.

⁶⁸ Kotler, Philip). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo

melaksanakan setiap kegiatan dalam proses penyaluran suatu barang dari produsen ke konsumen diperlukan biaya pemasaran, karena kegiatan yang dilakukan dalam penyaluran barang pada umumnya tidak dilakukan sendiri maka lembaga pemasaran yang bersangkutan juga akan memungut biaya jasa dari setiap kegiatan yang dilaksanakan.

Panjang pendeknya saluran tata niaga tergantung pada beberapa faktor yaitu antara lain :1) Jarak antara produsen dan konsumen; Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk. 2) Ketahanan produk; Semakin cepat rusak produk maka memerlukan saluran pemasaran yang pendek dan cepat. 3) Skala produksi; Semakin skala produksi suatu produk maka semakin panjang pula saluran pemasarannya. 4) Posisi keuangan pengusaha; Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasarannya.

Keterlibatan pedagang perantara akan menyebabkan harga yang diterima petani produsen dan yang dibayarkan konsumen jauh berbeda. Hal ini disebabkan adanya fungsi-fungsi yang harus dilakukan oleh pedagang perantara. Fungsi tersebut yaitu fungsi pertukaran (exchange), fungsi penyediaan fisik dan logistic, dan fungsi pemberian fasilitas (facilitating function) sehingga menimbulkan adanya biaya pemasaran. Biaya pemasaran biasanya oleh perantara akan dibebankan kepada produsen. Besarnya biaya pemasaran dan keuntungan yang diterima pedagang perantara merupakan margin pemasaran.

Efisiensi pemasaran terjadi jika pemasaran mampu menyampaikan hasil produsen kepada konsumen dengan biaya semurah – murahnya dan mampu

mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut serta mampu meningkatkan utility atau nilai tambah barang dan jasa baik dari segi kepemilikan, waktu, tempat dan bentuk. Jalur pemasaran yang efisien terjadi apabila rasio margin total relative lebih tinggi dibandingkan dengan jalur lainnya. Efisiensi pemasaran dapat juga dilihat dari kecilnya biaya pemasaran pada masing – masing pemasaran.

Tabel 4.9 Tabel Margin Pemasaran

Nama	Margin Pemasaran	Keuntungan Pemasaran	Biaya Pemasaran
Arifin	100000	80000	20000
Sopani	100000	85000	15000
Bp Ningsi	100000	80000	20000
Yamin	100000	82000	18000
Sultan	80000	70000	10000
Subahan	80000	65000	15000
Waraksum	100000	80000	20000
Wahidin	100000	75000	25000
Toha	10000	-5000	15000
Wahyu	150000	140000	10000
Andika	200000	180000	20000
Solihin	100000	85000	15000
Aan	200000	185000	15000
Perdi	150000	130000	20000
Yanto	150000	130000	20000

Yaya	80000	70000	10000
Rohmat	100000	85000	15000
Bambang	50000	40000	10000
Rois	150000	140000	10000
Taha	100000	85000	15000
Jumlah	2290000	1972000	318000
Rata-rata	114500	98600	15900

Berikut perhitungan tingkat efisiensi pemasaran kepiting pada masing masing pemasaran digunakan rumus dari Soekartawi.⁶⁹ sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Eps &= \frac{Bp}{He} \times 100 \\
 &= \frac{15900}{105000} \times 100 \\
 &= 0,15
 \end{aligned}$$

Jadi share harga yang diterima nelayan lebih kecil dan share margin pemasarannya besar, maka saluran pemasaran tersebut dikategorikan tidak efisien.

Jadi 0.4 lebih efisien dari 0,15 terjadi ketimpangan yang sangat tinggi.

(<1 : Efisien, >1 : tidak Efisien)

⁶⁹Soekartawi, *Panduan Membuat Usaha Proyek Pertanian Dan Pedesaan* (Yogyakarta: PT. Bumi Aksara.).

B. Pembahasan

1. Tingkat Pendapatan Nelayan Kepiting di Desa Lakawali

Nelayan merupakan orang yang sehari-harinya bekerja menangkap kepiting, ikan dan biota lainnya, yang hidup di dasar kolom maupun permukaan perairan. Yang dapat memenuhi kehidupan rumah tangga sehari-harinya. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara masyarakat terkait alasan mereka yang lebih mencari mata pencairan mereka dengan nelayan.

Pendapatan nelayan kepiting di Desa Lakawali dapat dikatakan cukup baik karena para nelayan mengatakan mampu membantu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya dengan penghasilan penjualan kepiting. Penghasilan merupakan hal yang paling penting dalam perekonomian bagi keluarga. Setiap pekerjaan memiliki penghasilan tersendiri. Pendapatan nelayan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha membiayai segala pengeluaran. Untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi harus memiliki kemampuan yang baik, dan tingkat pendidikan juga sangat penting. Untuk yang tidak memiliki kemampuan, tentunya penghasilannya kecil. Untuk dapat menghidupi keluarga dalam sehari-hari, menyekolahkan anak-anak, membayar cicilan utang, dan menabung itu lebih dari cukup.

Tabel 4.10 Rata-rata pendapatan perpenjualan kepiting

	Pendapatan
Nama	Perpenjualan
Arifin	100000

Sopani	100000
bp ningsi	100000
Yamin	100000
Sultan	80000
Subahan	80000
Waraksum	100000
Wahidin	100000
Toha	100000
Wahyu	150000
Andika	200000
Solihin	100000
Aan	200000
Perdi	150000
Yanto	150000
Yaya	80000
Rohmat	100000
Bambang	50000
Rois	150000
Taja	100000
Jumlah	114,500

Rata-rata penghasilan sehari-hari sebagai Nelayan kepiting berkisar antara Rp 50.000. Bahkan jika beruntung, ada yang mengalami peningkatan hingga Rp. 200.000 per hari tergantung dari jumlah kepiting. Sebaliknya jika mereka tidak beruntung mereka bisa menghasilkan kurang dari Rp 50.000 sebagai Nelayan kepiting karena jumlah dari kepiting yang di dapat per hari lebih sedikit. Ini juga

menunjukkan bahwa penghasilan mereka didapat tergantung dari banyak atau tidaknya kepiting bakau⁷⁰.

2. Model Pemasaran Kepiting di Desa Lakawali

Pada proses pemasaran merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan, menjaga dan meningkatkan nilai dan kegunaan dari barang dan jasa. Kegunaan yang mampu diciptakan oleh kegiatan pemasaran meliputi penciptaan dan Struktur, Perilaku dan Penampilan Pasar pada usaha para nelayan. Peningkatan nilai kegunaan tempat, waktu dan kepemilikan. Semua lembaga pemasaran akan berusaha untuk meningkatkan manfaat dari komoditi yang dipasarkan. Dengan demikian kegiatan pemasaran berusaha untuk menempatkan barang yang diusahakannya ketangan konsumen dengan nilai dan kegunaan yang meningkat. Secara umum pemasaran hasil perikanan merupakan suatu proses yang kompleks karena diusahakan secara kecil-kecilan, lokasinya tersebar, serta diperlukan proses konsentrasi sehingga salurannya lebih panjang dan lebih banyak pedagang perantara. Komoditi perikanan juga berfluktuasi baik dilihat dari jumlah produksi maupun harga. Fluktuasi produksi disebabkan oleh hasil produksi yang tergantung pada musim, sedangkan fluktuasi harga dapat terjadi antara lain karena adanya pergeseran permintaan dan penawaran. Apabila jumlah yang diminta lebih kecil dari jumlah yang ditawarkan, maka harga cenderung akan turun. Hal ini berkaitan dengan meningkatnya penawaran karena peningkatan produksi/ hasil

⁷⁰ Hasil wawancara pada tanggal 25 bulan Juli 2021 di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur

pada saat musim kepiting atau panen dan di lain pihak akan cenderung konstan sehingga harganya akan turun⁷¹.

Oleh karena itu model pemasaran kepiting pada Desa Lakawali yaitu para nelayan akan menjual hasil tangkapan kepiting mereka pada pengepul. Kemudian pengepul yang akan menjualnya kepada para pengecer atau konsumen lainnya. Dengan begitu Pengepul dapat mengekspor kepiting keluar daerah (Makassar) atau perusahaan tertentu.

3. Tingkat Efisiensi Pemasaran Kepiting

Efisiensi pemasaran merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya/biaya untuk mencapai hasil dari data yang dijalankan. Ada dua faktor yang sangat menentukan efisien tidaknya suatu saluran pemasaran yaitu keuntungan pemasaran dan harga jual atau eceran. Hal ini mengatakan bahwa “efisiensi pemasaran terjadi bila biaya pemasaran dapat ditentukan sehingga keuntungan pemasaran yang lebih tinggi”. Semakin kecil efisiensi pemasaran maka akan semakin efisien pemasaran itu⁷². Beberapa pedagang pasar memiliki harga khusus untuk menjual hasil produksinya ke pembelinya. Begitu pula jika pengepul membeli hasil tangkapan kepiting dari nelayan akan lebih berbeda dengan harga yang di jual kepasar. Jadi ditingkat efisiensi pemasaran kepiting dikatakan seimbang apabila harga yang di perdagangkan tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah sesuai dengan ukuran dari kepiting dan jenis kepiting tersebut. Ukuran kepiting juga dapat mempengaruhi adanya daya minat dan daya beli

⁷¹Hanafiah, M. Dan A. Saefuddin. 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Indonesia Universitas Press, Jakarta.

⁷²Evi Rahmadhai Parapat, “*Analisis pendapatan dan efisiensi pemasaran kepiting bakau di Kecamatan Suruway Kabupaten Aceh Taniang*”, *Jurnal Penelitian Agrisamutra*, Vol.6 No 1, 2019.59

konsumen, jika kepiting tersebut dapat berukuran lebih besar maka harga jual kepiting tersebut akan semakin tinggi, dan masing-masing dari nelayan, pengepul dan konsumen memiliki harga nya tersendiri dan keuntungannya masing-masing yang sesuai mereka jualkan bentuk, jenis dan ukuran si kepiting tersebut. Maka ditingkat efesiensi pemasaran sangat berpengaruh dari harga dan biaya produksi lainnya. Dan beberapa alasan yang dikemukakan oleh responden yang lebih memilih bekerja sebagai Nelayan kepiting dibandingkan dengan pekerjaan yang lainnya, dikarenakan pekerjaan mereka dapat memenuhi kebutuhan dalam kehidupannya sehari-hari.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Pendapatan merupakan jumlah barang dan jasa yang memenuhi tingkat hidup masyarakat, dimana dengan adanya pendapatan yang dimiliki masyarakat dapat memenuhi kebutuhan, dan pendapatan rata-rata yang dimiliki oleh tiap jiwa, dengan pendapatan serta menjadi tolak ukur kemajuan atau perkembangan ekonomi. Rata-rata penghasilan sehari-hari sebagai Nelayan kepiting di Desa Lakawali berkisar antara Rp 50.000 sampai Rp 200.000 perpejualan dari hasil tangkap nelayan kepiting. Adapun pendapatan Nelayan yaitu dari Rp 500.000 sampai dengan Rp 2.000.000 perbulan tergantung dari banyak hasil tangkapan yang diperoleh nelayan.
2. Model pemasaranPertama, Nelayan - Pengepul - Pedagang Besar.Yaitu dengan proses penyaluran pemasaran kepiting di Desa Lakawali dari Nelayan menjual ke pengepul kemudian dari pengepul sampai ke pedagang besar. Kedua, Nelayan – Pengepul – Pengecer. Dari nelayan kemudian ke pengepul selanjutnya pengepul bisa langsung ke pengecerpengecer kecil di pasar. Ketiga, Nelayan – Pengepul – Konsumen. Selanjutnya kepiting yang di bawa oleh nelayan langsung dijual ke pengepul. Dari pengepul tersebut konsumen dapat membelinya langsung untuk di konsumsi. Karena dalam kegiatan penyaluran pemasaran yang umumnya tidak dilakukan sendiri

melainkan kegiatan tersebut juga bersangkutan dengan adanya biaya jasa dari setiap kegiatan yang akan di lakukan.

3. Dari tingkat Efisiensi pasar kepiting di Desa Lakawali yaitu 0,15 jadi harga yang di terima nelayan lebih kecil dan share margin pemasarannya lebih besar, maka saluran pemasaran tersebut di katakan tidak efisien. Jadi 0,4 lebih efisien dari 0,15 terjadi ketimpangan yang sangat tinggi. (<1 : Efisien, >1 : tidak efisien)

B. Saran

Sebagaimana penelitian yang dilakukan pada Nelayan kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur diusulkan saran antara lain :

1. Bagi usaha pedagang kepiting seharusnya memberikan kenaikan harga yang cukup tinggi untuk para nelayan sehingga nelayan tidak mengalami kerugian dari hasil penjualan.
2. Seharusnya dari pengepul kepiting memberikan fasilitas untuk para nelayan agar lebih mudah untuk menjangkau tempat lokasi dan menangkap kepiting.

DAFTAR PUSAKA

- Nurdiana and Marhawati, "Analisis Pemasaran Ikan Bandeng Di Desa Pitue Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep.," *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 1, no. 1 (2018).
- Nurdiana and Marhawati, "Analisis Pemasaran Ikan Bandeng Di Desa Pitue Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep.," *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 1, no. 1 (2018).
- Didik Trisbiantoro, Suza Sri Hartini, and Sumaryan, "Peningkatan Pendapatan Nelayan Kepiting Bakau Melalui Pendekatann Agribisnis Kelurahan Wonorejo Kecamatan Rungkut Surabaya," *Jurnal Techno-Fish* 1, no. 1 (2017).
- Evi Ramadhani Parapat and Abdurrachman, "Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau Di Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang," *Jurnal Penelitian Agrisamudra* 6, no. 1 (2019): 54–60.
- Andi Mutammimah, *Analisis Sistem Pemasaran Kepiting Bakau (Scylla Spp.) Di Desa Pallime Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone* (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2016).
- Suriyanti, "Analisis Faktor Produksi dan Pemasaran Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*) Di Desa Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone" (Universita Hasanuddin Makassar, 2020).
- Abi Abdullah Muhammad bin Yazid Alqazwaniy, *Sunan Ibnu Majah*, Kitab. Hukum-hukum, Juz. 2, No. 2443, (Darul Fikri: Beirut – Libanon, 1981 M), 817.
- Suyanto, *Refleksi Dan Reformasi Pendidikan Di Indonesia Memasuki Milenium III* (Yogyakarta: Adicita, 2017).85
- Pitma Pertiwi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja Di Daerah Istimewa Yogyakarta, Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).
- Al-Qur'an, Al- Qur'an Ku, (Jakarta, Loutan Lestari , 2006) 83
- Ikatan Akuntansi Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 2016).50
- Mankiw, *Pengantar Ekonomi Makro* (Jakarta: Salemba Empat, 2016).
- Pratama Rahardja dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Makro* (Jakarta: FKEI, 2016).
- Pratama Rahardja dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Makro* 65

- Hennie Van Greuning, *International Financial Reporting Standards : Sebuah Panduan Praktis* (Jakarta: Salemba Empat, 2013). 21
- Nelson Lam dan Peter Lau, *Akuntansi Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 2016). 20
- Nelson Lam dan Peter Lau. *Akuntansi Keuangan* 18
- Dwi Martani, *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK* (Jakarta: Salemba Empat, 2018).
- Maryam Yuliani, *DISTRIBUSI PENDAPATAN (Studi Kasus 35 Kabupaten / Kota Di Jawa Tengah 2016-2018)* (Jawa Tengah: Universitas Diponegoro, 2020).
- Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2017). 25
- Mewa Ariani and Tri Purwantini, ‘Analisis Konsumsi Pangan Rumah Tangga Pasca Krisis Ekonomi Di Propinsi Jawa Barat’, *SOCA: Socioeconomics of Agriculture and Agribusiness*, 6.1 (2016), 1–16.
- Marjudo Ahsan, “Usaha Pengolahan Abon Ikan Tuna Di UD Cendana Food Kelurahan Boyaoge Kecamatan Tatanga Kota Palu Sulawesi Tengah,” *Jurnal Ilmiah AgrIBA* 3, no. 1 (2016).
- Triyanti and Et. All, “Kajian Pemasaran Ikan Lele (*Clarias Sp*) Dalam Mendukung Industri Perikanan Budidaya (Studi Kasus Di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah),” *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 7, no. 2 (2017): 177.
- William J. Stanton, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta : PT Salemba Empat, 2015), 157
- Sudiyono, *Pemasaran Pertanian*. (Malang: UMM Press,).
- Sudiyono, *Pemasaran Pertanian*
- Soekartawi, *Analisis Usaha Tani* (Jakarta: Universitas Indonesia Press,).
- A. M. Hanafiah and A. M. Saefudin, *Tataniaga Hasil Perikanan* (Jakarta: Universitas Indonesia).
- Swastha Basu and T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Liberty,).
- Zulkifli., *Ekonomi Industri* (Jakarta: Ghalia Indonesia,).
- Sudiyono, *Pemasaran Pertanian*.
- Abdullah, *Manajemen Pemasaran* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017).

- Muhammad Firdaus, *Manajemen Agribisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018).
- Soekartawi, *Analisis Usaha Tani*.
- Vivi Ariyani, "Penguujian Efisiensi Pasar Setengah Kuat Terhadap Pengumuman Paket Kebijakan Ekonomi VII Pada Saham Indeks LQ4," *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 4, no. 1 (2016): 95.
- Frank E Fabbozi and Franco Modigliani, *Capital Markets, Institutions, and Instruments*(New Jersey: Prentice Hall).
- Tatang Ary Gumanti and Elok Sri Utami, "Pasar Efisiensi Dan Pengujiannya," *Jurnal Akuntansi* 4, no. 1 (2018): 56–58.
- Hanafiah and Saefudin, *Tataniaga Hasil Perikanan*.
- Soekartawi, *Analisis Usaha Tani*.
- Ahmad Soim, *Pembesaran kepiting*, (Jakarta: penebar swadaya,).8
- Iskandar kanna, *Budi Daya Kepiting Bakau*,(Yogyakarta kanisius).14
- Adnan Kasry, *Budidaya Kepiting Bakau Dan Biologi Ringkas* (Jakarta: bhara, 2019).9
- Adnan Kasry, *Budidaya Kepiting Bakau Dan Biologi Ringkas* 10
- Ahmad Soim, *Pembesaran Kepiting* (Jakarta: penebar swadaya).
- Adnan Kasry, *Budidaya Kepiting Dan Biologi Ringkas* (jakarta: Bharata, 2019).12-14
- Adnan Kasry,"*Budidaya kepiting dan Biologi Ringkas*",(Jakarta:Bharata,2019).15-19
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif)*.(Jakarta: Gaung Persada Press).
- John W. Cresswell, *Qualitative Inquiry and Research Design* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2016).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, R&D* (Jakarta: Alfabeta).
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016).
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara,).66
- Moleang Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya).14
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, R&D*

- R.L. Kohls and Uhl J.N., *Marketing of Agricultural Products* (New York: Macmillan Company).
- Soekartawi, *Panduan Membuat Usaha Proyek Pertanian Dan Pedesaan* (Yogyakarta: PT. Bumi Aksara.).
- Bapak Taha (30 tahun), Masyarakat nelayan kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur, 25 juli 2021
- Bapak Subahan (25 tahun), Masyarakat Nelayan Kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili kabupaten Luwu timur, 25 juli 2021
- Bapak yamin (45 tahun), masyarakat nelayan kepiting, Wawancara di Desa Lakawali kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur, 25 juli 2021
- Bapak Ningsih (40 tahun), Masyarakat nelayan kepitingm Wawancara di Desa Lakawali Kecamatan Malili kabupaten Luwu Timur, 26 juli 2021
- Hanafiah, M. Dan A. Saefuddin. 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Indonesia Universitas Press, Jakarta
- Bapak wahyu (35 tahun), masyarakat nelayan kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur 26 juli 2021
- Bapak ela (35 tahun), Pengepul kepiting di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur, 26 juli 2021
- Ibu ani (40 tahun), Masyarakat konsumen di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur, 26 juli 2021.
- Kotler, Philip). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo
- Soekartawi, *Panduan Membuat Usaha Proyek Pertanian Dan Pedesaan* (Yogyakarta: PT. Bumi Aksara.).
- Hanafiah, M. Dan A. Saefuddin. 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Indonesia Universitas Press, Jakarta.
- Evi Rahmadhai Parapat, "Analisis pendapatan dan efesiensi pemasaran kepiting bakau di Kecamatan Suruway Kabupaten Aceh Taniang", *Jurnal Penelitian Agrisamutra*, Vol.6 No 1, 2019.59

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Wawancara Pendapatan Nelayan Kepiting Bakau	
Ns	: Assalamualaikum pak, Maaf mengganggu waktu nya sebentar pak?
Bp Toha	: Wa'alaikumsalam dek, oh iya nggak papa kok dek, ada yang bisa saya bantu?
Ns	: Jadi begini pak, ada tugas penelitian skripsi saya tentang pendapatan nelayan kepiting. Nah saya mau bertanya sampean pendapatannya berapa kalau cari kepiting dan dari pendapatan sampean bisa mencukupi kebutuhannya pak ?
Bp Toha	: Oh iya Alhamdulillah, saya merasa hasil penjualan kepiting saya lakukan ini menjadi penghasilan tambahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di keluarga. Biasa saya mendapatkan penghasilan Rp. 800.000 sampai Rp. 1.000.000/bulan.
Ns	: Nggeh, Bapak biasanya pergi mencari kepiting berapa kali dalam sebulan ?
Bp Toha	: Saya biasa pergi 5-10 kali dalam sebulan, yah tergantung dari keadaan cuaca juga dan jenis kepiting yang saya dapat.
Ns	: Nggeh pak, makasih yah pak
Bp Toha	: Iya dek, sama-sama

Wawancara dengan Pengepul Kepiting Bagaimana Model Pemasaran Kepiting Di desa Lakawali

Ns	: Assalamualaiku pak, Maaf mengganggu waktunya sebentar. Begeni pak ada tugas skripsi penelitian saya tentang kepiting. Nah bagaimana model pemasaran bapak membeli kepiting dari nelayan tersebut ?
Pengepul	: Wa'alaikumsalam dek, oh iya nda papa. Begini yah dek saya membeli dari hasil tangkapan/buruh nelayan dengan cara memilih dan memisahkan jenis kepiting apa saja yang nelayan dapatkan. Yah bisa jadi itu kepiting Normal atau kepiting yang cacat (salah satu orang tubuhnya tidak ada) karena masing-masing kepiting memiliki harga yang beda-beda dan saya membeli kepiting harus dalam keadaan hidup dan segar, tetapi jika kepiting yang sudah saya beli tiba-tiba mati saya akan mendapatkan kerugian. Begitupun dengan harga yang saya kasihkan dengan para nelayan sesuai dengan harga yang di tetapkan di tengkulak lainnya. Dan biasa menjual kepiting disini langsung saya bawa kemakassar tapi bisa juga ada pengecer yang datang untuk membeli untuk di jual kepasar. Dengan sistem penjualan seperti ini saya mendapatkan keuntungan karena saya membeli langsung dengan para nelayan kepiting dengan harga murah.
Ns	: Oh iya, maksih yah pak
Pengepul	: Iya sama-sama dek.

Lampiran 2 Keterangan Wawancara

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : *Bp Teta*
Hari/tanggal : *23 Juli 2021*

Menerangkan :

Nama : Anisa Ariwati
Nim : 16 0401 0036
Profesi/pekerjaan : Mahasiswa IAIN Palopo
Prodi : Ekonomi Syariah

Bahwa yang bersangkutan telah mengadakan wawancara dalam rangka penelitian yang berjudul "Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Lakawali Luwu Timur".

Demikian ketengana ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2021
(*Teta*)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : *Kois (Bp Eri) (Pangkep)*
Hari/tanggal : *22 Juli 2021*

Menerangkan :

Nama : Anisa Ariwati
Nim : 16 0401 0036
Profesi/pekerjaan : Mahasiswa IAIN Palopo
Prodi : Ekonomi Syariah

Bahwa yang bersangkutan telah mengadakan wawancara dalam rangka penelitian yang berjudul "Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Lakawali Luwu Timur".

Demikian ketengana ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2021
(*Kois*)

Lampiran 3 Dokumentasi

Gambar 1 pengepul menimbang kepiting



Gambar 2 para Nelayan



Gambar 3 Perahu Nelayan



Gambar 4 Alat Tangkap Kepiting (bubu)



Lampiran 4 Surat izin meneliti

**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR**
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jln. Soekarno-Hatta HP. 08 12345 777 56
email : kppt@luwutimurkab.go.id | website : dpmpptsp.luwutimurkab.go.id
M A L I L I, 92981

Mallili, 16 November 2020

Nomor : 185/DPMPTSP/XI/2020
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada
Yth Kepala Dinas Kelautan ,Perikanan Dan Pangan
Di -
Kab. Luwu Timur

Berdasarkan Surat Rekomendasi Tim Teknis Tanggal 16 November 2020 Nomor 185/KesbangPol/XI/2020,tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : ANISA ARIWATI
Alamat : Susue Jaya Desa Lakawali Kecamatan Mallili
Tempat / Tgl Lahir : Lakawali / 12 Oktober 1998
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Nomor Telepon : 085240578336
Nomor Induk Mahasiswa : 1604010036
Program Studi : Ekonomi Syariah
Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

Bermaksud melakukan Penelitian di daerah/Instansi Bapak/Ibu sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan Judul:

"Suhu ,Pakan ,Pengepul ,Kualitas Kepiting dan Pengaruhnya terhadap Fluktuasi Harga di Desa Lakawali."

Mulai : 16 November 2020 s.d. 16 Desember 2020

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya Pemkab Luwu Timur dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan penelitian, kepada yang bersangkutan harus melapor kepada pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Menaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil "Laporan Kegiatan" selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Luwu Timur.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian disampaikan untuk diketahui.





Tembusan : disampaikan kepada Yth :
1. Bupati Luwu Timur (sebagai Laporan) di Mallili;
2. Ketua DPRD Luwu Timur di Mallili;
3. Dekan INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO di Tempat;
4. Sdr. (i) ANISA ARIWATI di Tempat.

Lampiran 5 halaman persetujuan pembimbing

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul : “Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur”

Yang ditulis oleh :

Nama : Anisa Ariwati

NIM :16 0401 0036

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada Ujian *Munaqasyah*

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Abd. Kadir Arno, SE., M.Si.

Tanggal:

Lampiran 6 Nota dinas pembimbing

Abd. Kadir Arno, SE., M.Si.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :-

Hal : Skripsi an. Anisa Ariwati

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Anisa Ariwati

NIM : 16 0401 0036

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : "Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada Ujian *Munaqasyah*

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr.wb

Pembimbing



Abd. Kadir Arno, SE., M.Si.

Tanggal:

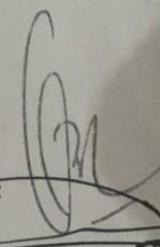
Lampiran 7 Halaman persetujuan Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur oleh Anisa Ariwati Nomor Induk Mahasiswa 16 0401 0036, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu, 12 Januari 2022 bertepatan dengan tanggal 14 Februari 2022 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

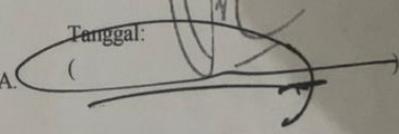
1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M

()

Ketua Sidang/Penguji

Tanggal:

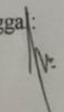
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A.

()

Sekretaris Sidang/Penguji

Tanggal:

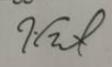
3. Muzayyanah Jabani, ST., MM

()

Penguji I

Tanggal:

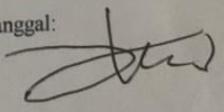
4. Muh. Abdi Imam, SE.M.Si.Ak.CA

()

Penguji II

Tanggal:

5. Abd. Kadir Arno, S.E., M.Si.

()

Pembimbing I

Tanggal:

Lampiran 8 Nota Dinas Penguji

Muzayyanah Jabani, ST., MM.
Muh. Abdi Imam, SE. M. Si. Ak. CA.
Abd. Kadir Arno, S.E., M.Si.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp : -
Hal : Skripsi an. Anisa Ariwati
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Anisa Ariwati
NIM 16 0401 0036
Program Studi : Ekonomi Syariah

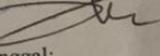
Judul Skripsi : "Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur"

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diajukan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

1. Muzayyanah Jabani, ST., MM
Penguji I
2. Muh. Abdi Imam, SE. M. Si. Ak. CA
Penguji II
3. Abd. Kadir Arno, S.E., M.Si.
Pembimbing I

()
Tanggal:
()
Tanggal:
()
Tanggal:

Lampiran 9 Turnitin

Analisis pendapatan dan efisiensi pemasaran kepiting bakau di desa Lakawali kabupaten Luwu timur

ORIGINALITY REPORT

24% SIMILARITY INDEX	23% INTERNET SOURCES	6% PUBLICATIONS	6% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	3%
2	repository.unhas.ac.id Internet Source	2%
3	lakawali.desa.id Internet Source	2%
4	anzdoc.com Internet Source	2%
5	islam.nu.or.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
7	text-id.123dok.com Internet Source	1%
8	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
9	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
10	adoc.pub Internet Source	1%
11	danielstephanus.wordpress.com Internet Source	1%
12	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1%
13	www.scribd.com Internet Source	<1%
14	conference.unri.ac.id Internet Source	<1%
15	Octavian G. Reeves, Ivonne S. Saerang, Joubert B. Maramis. "UJI AKURASI SUPPORT RESISTANCE BERBASIS DATA CANDLESTICK PADA INDICTRI DEPTAMBANGAN YANG	<1%

Lampiran 10 Nota Dinas Tim Verifikasi

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp. : 1 (Satu) Skripsi
Hal : Skripsi an. Anisa Ariwati
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Anisa Ariwati
NIM : 16 0401 0036
Program studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Lakawali Kabupaten Luwu Timur.

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

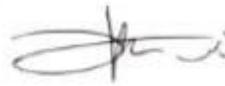
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Tim Verikasi

1. Abd. Kadir Arno, SE., M.Si
tanggal :

2. Kamriani, S.Pd.
tanggal :


()

RIWAYAT HIDUP



Anisa Ariwati, lahir di Desa Lakawali pada 12 Oktober 1998. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Arifin Romadhoni dan Ibu Siti Waroyah. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Lakawali dusun susue jaya Kec. Malili Kab. Luwu Timur.

Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2004 di SDN 231 Lakawali. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 3 Malili hingga tahun 2010. Pada saat menempuh pendidikan di SMP penulis aktif dalam kegiatan Pramuka. Pada tahun 2013 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Malili. Dan aktif di bidang kegiatan sispala dan uks. Setelah lulus SMA ditahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni, yaitu di prodi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

contact person penulis : anisa_ariwati_mhs@iainpalopo.ac.id