

**KAJIAN SOSIAL EKONOMI PELELANGAN BANDENG  
DI KABUPATEN PANGKAJENE KEPULAUAN**  
*Social and Economic Study of Milkfish Auction in the  
Pangkajene Kepulauan District*

**Riesti Triyanti dan Hikmah**

Balai Besar Penelitian Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan  
Jl. KS. Tubun Petamburan VI Jakarta 10260  
Telp. (021) 53650162, Fax. (021)53650159  
Email: [riesti\\_ok@yahoo.com](mailto:riesti_ok@yahoo.com)

Diterima 18 April 2013 - Disetujui 22 Nopember 2013

**ABSTRAK**

Pelelangan bandeng di Kabupaten Pangkajene Kepulauan (Pangkep) dilakukan oleh beberapa pihak diantaranya pembudidaya, pungawa, pacatto, pagandeng, dan penagih retribusi dengan aturan main yang telah disepakati. Bandeng hasil pelelangan dipasarkan ke beberapa kabupaten di sekitar Pangkajene dan Kepulauan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik pelelangan bandeng dan rantai pemasaran bandeng, serta menganalisis kinerja pemasaran bandeng. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam terhadap pelaku usaha perikanan. Analisis data menggunakan metode statistik deskriptif dan cost-margin analysis. Hasil analisis menunjukkan rantai pemasaran bandeng di pelelangan terdiri dari 2 rantai diantaranya Pembudidaya-Pungawa-Pacatto-Konsumen (R1) dan Pembudidaya-Pungawa-Pacatto-Pagandeng-Konsumen (R2). Rantai pemasaran R1 memiliki nilai biaya pemasaran lebih kecil, keuntungan lebih besar, margin pemasaran lebih kecil, farmer's share lebih besar dan memiliki nilai indeks efisiensi lebih kecil dibandingkan rantai pemasaran R2. Realisasi penerimaan retribusi pelelangan bandeng di Pangkep terhadap target hampir tercapai sedangkan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) sangat kecil (< 1 %). Peningkatan pendapatan perkapita masyarakat di Kabupaten Pangkep khususnya pembudidaya bandeng dapat dilakukan dengan pembentukan kelembagaan pelelangan, penambahan fasilitas pelelangan, dan peningkatan koordinasi serta pengawasan data maupun jumlah retribusi pelelangan antara Dinas Kelautan dan Perikanan dan Dinas Pendapatan Daerah.

**Kata Kunci :** sosial ekonomi, pelelangan, bandeng, rantai pemasaran

**ABSTRACT**

*The milkfish auctions in Pangkep District have been being practicy by several parties including farmers, pungawa, pacatto, pagandeng, and levy collectors with agreed rules. Milkfish from the auction were marketed to several districts near by the Pangkep district. This study aimed to identify the characteristics of the milkfish auction, milkfish marketing chain, and analyze the performance of milkfish marketing efficiency. Data collected using indept interview techniques to fish farm respondents. Data were analyzed using descriptive statistical methods and cost-margin analysis. Results showed that milkfish marketing chain in auction consists of 2 chains including fish farmers-Pungawa-Pacatto-Consumer (R1) and Fish farmers-Pungawa-Pacatto-Pagandeng-Consumer (R2). Marketing chain R1 has lower marketing costs, greater profits, lower marketing margins, larger farmer's share and has a efficiency index value is smaller than R2 marketing chain. Levy revenue realization milkfish auctions in Pangkep against almost achieved the target while contributing to the auction levy revenue (PAD) is very small (<1%). Increased incomes in particular Pangkep milkfish farmers can do with the establishment of the institutional tender, the addition of auction facilities, and improved coordination and monitoring of data and the amount of levy auction between the Local Autority in Marine and Fisheries Sector and Local Autority in Revenue.*

**Keywords:** socio-economic, auction, milkfish, market chain

## PENDAHULUAN

Bandeng merupakan satu dari sekian banyak komoditas perikanan yang memiliki nilai jual cukup tinggi, dengan peningkatan produksi pada tahun 2007-2010 sebesar 12,29 persen (DJPB, 2011). Saat ini bandeng lebih banyak dibudidayakan secara bersamaan dengan udang windu (budidaya polikultur) baik secara intensif maupun semi intensif. Pemasaran bandeng tidak hanya untuk konsumsi masyarakat lokal, tetapi juga diekspor untuk memenuhi permintaan negara lain. Untuk pemasaran lokal, bandeng dijadikan sebagai komoditas unggulan dan produk olahannya menjadi makanan khas daerah. Tingkat konsumsi bandeng nasional menurut DJP2HP (2011) sebesar 1,22 kg per kapita dengan tingkat konsumsi bandeng tertinggi di Provinsi Sulawesi Selatan yaitu 9,67 kg per kapita dalam bentuk bandeng segar dan 0,28 kg per kapita dalam bentuk olahan.

Pengembangan budidaya bandeng tersebar di beberapa provinsi di Indonesia seperti Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Timur, Sulawesi Selatan dan Maluku Utara. Provinsi Sulawesi Selatan merupakan produsen bandeng kedua terbesar di Indonesia. Pertumbuhan produksi bandeng di Sulawesi Selatan mengalami kenaikan sebesar 6,90 persen dari 59.999 ton tahun 2007 menjadi 78.181 tahun 2010 (DJPB, 2011). Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan (Pangkep) merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi tambak terbesar di Pantai Barat Sulawesi Selatan. Selama kurun waktu 5 (lima) tahun, peningkatan luas tambak di Kabupaten Pangkep sebesar 2.966 Ha. Adapun produksi tahun 2007-2011 mengalami peningkatan sebesar 5,41 persen.

Sistem agribisnis menggambarkan bahwa besar penerimaan produksi dipengaruhi besar harga. Harga merupakan salah satu faktor penting yang menjadi penentu maksimalisasi pendapatan. Besarnya pendapatan dipengaruhi oleh optimasi harga output dan minimalisasi harga barang input. Lelang (*auction*) menurut Adrianto (2006) dalam Setiawan (2009) merupakan salah satu *tools* (alat) pembentuk harga melalui *artificial market* dengan mempertemukan penjual (*sellers*) dan pembeli (*buyers*) dan keduanya langsung bertransaksi untuk mencapai harga keseimbangan. Pelelangan atau secara umum disebut sistem lelang diharapkan dapat mengatasi beberapa permasalahan pembudidaya/nelayan seperti

lemahnya posisi tawar pembudidaya, harga pasar yang tidak sesuai dengan *opportunity cost* yang harus dibayar pembudidaya, kualitas produk yang rendah dan panjangnya rantai distribusi barang. Menurut Helstad *et al.*, (2005), peningkatan profitabilitas di sektor perikanan adalah dengan meningkatkan harga satuan (atau nilai) melalui peraturan berorientasi pasar (*market oriented regulations*) dengan melakukan pelelangan. Harga ikan yang dijual secara langsung di pasar lebih rendah bila dijual melalui pelelangan untuk ikan dengan *size* yang sama.

Tempat Pelelangan Hasil Tambak (TPHT) merupakan transaksi lelang yang terjadi untuk produk hasil budidaya tambak atau disebut juga TPI Hasil Tambak (TPIHT). Salah satu bentuk TPIHT yaitu Pelelangan Bandeng. Pelelangan dengan objek lelang berupa bandeng di Indonesia diselenggarakan di Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Gresik, dan Kabupaten Pangkep. Pelelangan Bandeng Pangkep merupakan salah satu pusat transaksi bandeng yang berada di Sulawesi Selatan. Pelelangan Bandeng Gresik dan Pelelangan Bandeng Sidoarjo biasanya terjadi setiap tahun menjelang hari keagamaan islam, yaitu setiap Hari Raya Idul Fitri atau Tahun Baru Islam pada pelelangan bandeng Gresik dan setiap Hari Raya Maulid Nabi Muhammad SAW pada pelelangan bandeng Sidoarjo (Setiawan, 2009). Berbeda dengan pelelangan bandeng Gresik dan Sidoarjo, pelelangan bandeng di Pangkep dilaksanakan setiap hari sepanjang tahun. Pelelangan ini awalnya merupakan bentukan dari satu orang pedagang pengumpul (*pungawa*) dan akhirnya diikuti oleh beberapa orang yang lainnya. Lokasi pelelangan berada dibawah koordinasi Pasar Sentral Palampang, salah satu pasar terbesar di Kecamatan Pangkajene, Ibukota Kabupaten Pangkep. Transaksi lelang dilakukan pada malam hari oleh banyak juru lelang yang memiliki los lelang tersendiri. Pelelangan dikelola oleh Dinas Pendapatan Daerah (Dipenda). Berbeda dengan pelelangan lainnya, Pelelangan Bandeng Pangkep tidak dikelola oleh Dinas Kelautan dan Perikanan. Hal ini disebabkan Pelelangan Bandeng belum menjadi prioritas pembangunan perikanan di Kabupaten Pangkep.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah (1) mengidentifikasi karakteristik pelelangan bandeng di Kabupaten Pangkep; (2) mengidentifikasi rantai pemasaran bandeng; (3) menganalisis kinerja efisiensi pemasaran pelaku

pelelangan bandeng; dan (4) menganalisis kontribusi retribusi pelelangan bandeng terhadap retribusi pasar grosir dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pangkep.

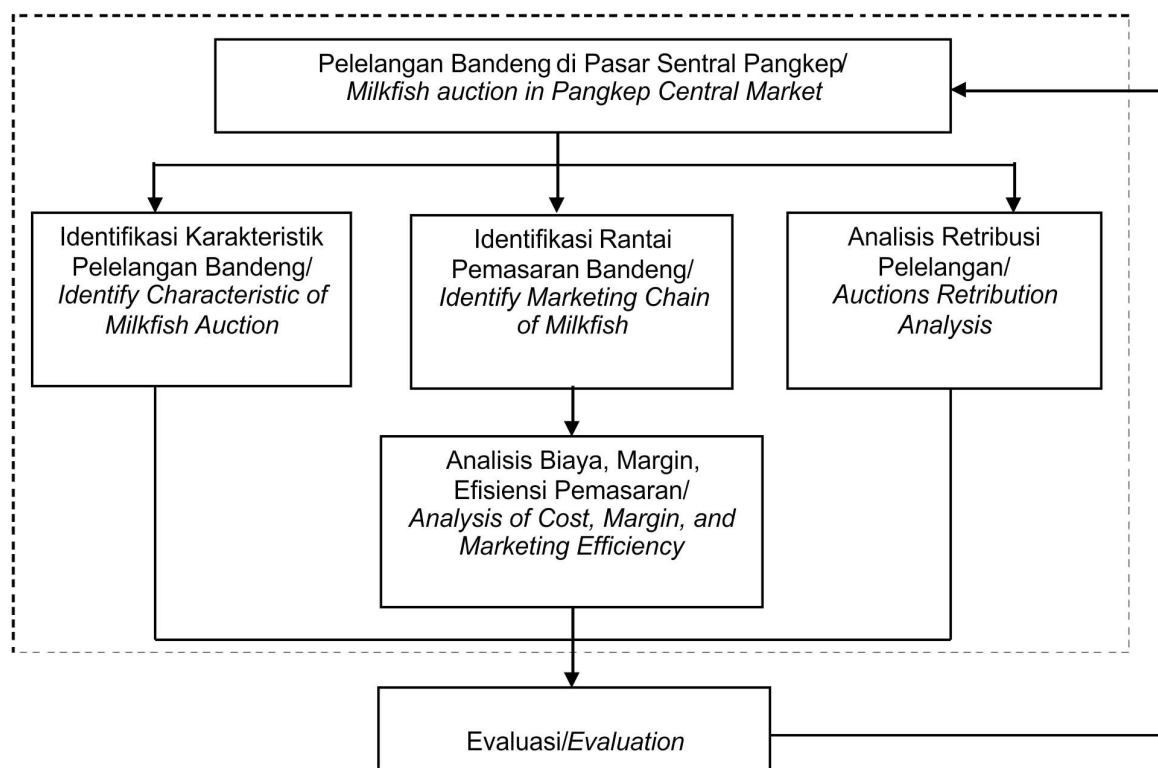
**METODOLOGI**

**Kerangka Pemikiran**

Tujuan yang telah ditetapkan pada penelitian yaitu mengidentifikasi karakteristik pelelangan bandeng, mengidentifikasi rantai pemasaran bandeng, menganalisis kinerja efisiensi pemasaran bandeng, dan menganalisis kontribusi retribusi pelelangan bandeng terhadap Pendapatan Asli Daerah. Penelitian ini dilakukan melalui 2 (dua) tahap yang disesuaikan dengan tujuan tersebut. Tahap pertama mengidentifikasi karakteristik pelelangan bandeng, kemudian dilanjutkan tahap kedua yaitu mengidentifikasi rantai pemasaran dari produsen sampai konsumen di lingkungan pelelangan dan analisis biaya, margin dan efisiensi pemasaran kemudian dilanjutkan tahap ketiga dengan menganalisis kontribusi retribusi pelelangan.

Pada tahap pertama dan kedua dibahas mengenai proses pelelangan bandeng untuk mengetahui stakeholder (pihak yang terlibat) dalam penyelenggaraan pelelangan dan rantai pemasaran ikan bandeng dari pembudidaya hingga konsumen melalui pelelangan. Rantai pemasaran yang terbentuk akan menggambarkan besarnya biaya dan margin pada lembaga pemasaran. Besarnya margin tersebut merupakan bagian dari keuntungan yang diperoleh oleh lembaga pemasaran.

Pada tahap ketiga dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi retribusi pelelangan terhadap retribusi pasar grosir dan pertokoan. Pelelangan bandeng terkoordinasi pengelolaannya dengan pasar grosir dan pertokoan, sehingga besarnya retribusi yang diterima dari pasar grosir dan pertokoan akan dipengaruhi oleh besarnya retribusi pelelangan. Selain itu dilihat bagaimana kontribusi retribusi pelelangan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pangkep. Adapun kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian**  
**Figure 1. Research Framework**

### Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kasus dengan satuan kasus adalah Pelelangan Bandeng Pangkep. Menurut Nazir (1988), penelitian kasus adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu. Penelitian kasus jika ditinjau dari wilayahnya, hanya meliputi daerah atau subjek yang sangat sempit, namun apabila ditinjau dari sifat penelitiannya tergolong dalam penelitian yang mendalam.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Areal Pasar Sentral Palampang, Kelurahan Mapasaile, Kecamatan Pangkajene, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan (Pangkep), Sulawesi Selatan pada Bulan April 2011 dan Mei 2012 masing-masing selama 7 (tujuh) hari.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder berupa data *text* dan data *image*. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di tempat pelelangan dan wawancara langsung dengan responden yang berhubungan dengan pelelangan bandeng menggunakan kuesioner, data tersebut antara lain: karakteristik sosial ekonomi responden pembudidaya dan pedagang, data usaha pembesaran bandeng, kegiatan pemasaran, tujuan pemasaran, dan informasi harga bandeng dari hulu hingga hilir,

serta data retribusi di tempat pelelangan yang dibayar oleh pedagang (*punggawa*, *pacatto*, *pagandeng* sepeda, *pagandeng* motor, pengecer) dan konsumen.

Data sekunder diperoleh dari dokumentasi, publikasi dari lembaga atau instansi terkait yaitu data jumlah produksi bandeng, jumlah pembudidaya bandeng, dan jumlah rumah tangga perikanan Tahun 2006-2011, data jumlah pedagang di tempat pelelangan bandeng, jumlah pendapatan asli daerah Kabupaten Pangkep, Kabupaten dalam Angka dan Kecamatan dalam Angka (BPS), serta data sekunder berupa buku, dokumen, laporan, artikel, jurnal yang terkait dengan pelelangan bandeng yang diperoleh melalui instansi dan lembaga terkait serta melalui studi literatur.

### Metode Penarikan Sampel

Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Penentuan responden untuk pembudidaya dan pemerintah daerah Kabupaten Pangkep (Dinas Kelautan dan Perikanan dan Dinas Pendapatan Daerah) menggunakan metode *simple random sampling*, sedangkan responden pedagang menggunakan metode *snowball sampling*. Jumlah responden secara rinci disajikan pada Tabel 1.

### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Sedangkan pada metode kuantitatif

**Tabel 1. Metode Sampling, Jenis dan Jumlah Responden dalam Penelitian.**

**Table 1. Sampling Method, Type dan Total of Respondents in the Research.**

Metode Sampling/ Sampling Methods	Jenis Responden/ Type of Respondents	Jumlah Responden/ Total of Respondents
<i>Purposive Sampling</i>	<i>Stakeholders</i> (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pangkep dan Dinas Pendapatan Daerah) <i>Local Authority in Marine and Fisheries Sector and Local Authority in Revenue at Pangkep District</i>	4
<i>Simple Random Sampling</i>	Pelelang bandeng ( <i>punggawa</i> )/ <i>Auction Actor</i>	2
<i>Snowball Sampling*</i>	Pembudidaya/ <i>Farmers</i>	11
	Pedagang / <i>Traders</i>	10
	Konsumen/ <i>Consumer</i>	3

\*) Teknik pengambilan informan secara snowball sampling tergantung pada key-informan, akan berhenti jika data yang didapatkan sudah jenuh atau sudah tidak ada data yang dianggap baru lagi/ *Taking technique informant snowball sampling depends on the key-informants, will stop if the data obtained was saturated or there is no data to be new again.*

menggunakan metode analisis biaya pemasaran dan margin pemasaran ditingkat lembaga dalam saluran pemasaran menggunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran (*cost margin analysis*) dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan, dan margin pemasaran pada tiap lembaga perantara pada berbagai saluran pemasaran.

**a. Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran perikanan menurut Hanafiah & Saefuddin (1986) adalah jumlah pengeluaran perusahaan perikanan yang dikeluarkan oleh nelayan atau pembudidaya untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksinya dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran (perantara) dan laba (profit) yang diterima oleh badan bersangkutan. Besarnya biaya pemasaran bandeng dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Handayani dan Nurlaila, 2011) :

$$Bp = Bp1 + Bp2 + Bp3 + ..... + Bpn$$

Keterangan :

- Bp : Biaya pemasaran bandeng
- Bp1,Bp2,Bp3,...,Bpn : Biaya pemasaran bandeng tiap-tiap lembaga pemasaran bandeng
- 1,2,3,...,n : Jumlah lembaga

**b. Keuntungan Pemasaran**

Besarnya keuntungan pemasaran bandeng dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Handayani dan Nurlaila, 2011) :

$$Kp = Kp1 + Kp2 + Kp3 + ..... + Kpn$$

Keterangan :

- Kp : Keuntungan pemasaran bandeng
- Kp1, Kp2, Kp3,...Kpn : keuntungan pemasaran tiap lembaga pemasaran bandeng

**c. Margin pemasaran**

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan tingkat konsumen. Secara sistematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut (Handayani dan Nurlaila, 2011):

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

- Mp : Margin pemasaran bandeng (Rp/kg)
- Pr : Harga bandeng ditingkat konsumen (Rp/kg)

Pf : Harga bandeng yang diterima pembudidaya (Rp/kg)

Margin yang diperoleh pedagang perantara dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara dirumuskan sebagai berikut (Handayani dan Nurlaila, 2011):

$$M p = Bp + Kp$$

Keterangan :

- M p : Margin pemasaran bandeng (Rp/kg)
- Bp : Biaya pemasaran bandeng (Rp/kg)
- Kp : Keuntungan pemasaran bandeng (Rp/kg)

**d. Persentase Margin Pemasaran**

Efisiensi pemasaran dalam saluran pemasaran dapat dihitung dengan nilai persentase dari persentase margin pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran digunakan rumus sebagai berikut (Handayani dan Nurlaila, 2011):

$$Mp = \left( \frac{Pr - Pf}{Pr} \right) \times 100\% \text{ atau } \%M = \frac{M}{HE} \times 100\%$$

Keterangan :

- Mp = Margin pemasaran
- Pf = Harga ditingkat pembudidaya
- Pr = Harga ditingkat konsumen
- HE = Harga ditingkat konsumen
- M = Margin

**e. Bagian yang Diterima Produsen (*Farmer's Share*)**

Analisis *Farmer's Share* (Fs) digunakan untuk membandingkan harga yang diterima produsen atau pembudidaya dengan harga dibayarkan oleh konsumen akhir. Perhitungan Fs bertujuan untuk mengetahui keberpihakan pasar terhadap pembudidaya (Hossain & Snekangsu, 2002) :

$$Fs = \left( 1 - \frac{M}{Pr} \right) \times 100\%$$

Keterangan :

- Fs = Bagian yang diterima pembudidaya
- Mp = Margin pemasaran
- Pr = Harga ditingkat konsumen

**f. Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran diperlukan untuk mengetahui biaya pemasaran yang digunakan pada setiap nilai penerimaan yang didapatkan (Downey dan Erickson 1992 dalam Setiawan, 2009).

$$Ep = \left( \frac{BP}{TP} \right) \times 100\%$$

Keterangan :

- EP = Efisiensi pemasaran
- BP = Biaya pemasaran yang digunakan
- TP = Total nilai pemasaran

Efisiensi pemasaran secara ekonomi dapat diketahui dari besarnya bagian yang diterima produsen dan persentase margin pemasaran yang dinyatakan dalam persen (%). Pemasaran komoditas perikanan dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah, tetapi mempunyai nilai persentase bagian yang diterima produsen (*farmer's share*) tinggi. Menurut Soekartawi (2002) Jika  $Ep > 5$  berarti tidak efisien dan  $Ep < 5$  berarti efisien.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**KARAKTERISTIK PELELANGAN BANDENG**

Penjualan ikan bandeng dengan mekanisme lelang di Kabupaten Pangkep diprakarsai oleh Haji Baharuddin (panggilan Haji Baha) sekitar tahun 1960 karena terinspirasi oleh saudaranya yang kelelahan memasarkan bandeng ke Makassar. Haji Baha menawarkan jasa penjualan bandeng pada saudaranya dengan mekanisme lelang. Fasilitas yang sangat sederhana digunakan dalam lelang yang terdiri dari meja dan kursi. Mekanisme lelang Haji Baha berkembang dan akhirnya diikuti pembudidaya yang lainnya. Pembudidaya beralih fungsi ganda menjadi *pungawa*. *Pungawa* merupakan penjual bandeng dan mengumpulkannya dari pembudidaya. Pada tahun 1961 mekanisme lelang ini diikuti oleh tiga *pungawa*.

*Pungawa* memberikan kesempatan bekerja bagi penduduk di sekitar pelelangan dalam proses penyelenggaraan transaksi lelang. Kepemilikan status *pungawa* ini merupakan status yang turun menurun sehingga melibatkan anggota keluarga dalam penyelenggaraan transaksi lelang yaitu sebagai juru tulis, juru sortir dan hitung, juru lelang, dan juru keuangan. Tugas ketiganya di sajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Tugas Ketiga Pembantu Pungawa dalam Proses Pelelangan Bandeng di Kabupaten Pangkep.**

**Table 2. Third Pungawa Assistants Task in Milkfish Auction Process in Pangkep District.**

Pembantu Pungawa/ Maid Pungawa	Uraian Tugas/ Job Description
Juru Tulis/ Clerk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mencatat dan melaporkan transaksi yang meliputi jumlah ikan yang masuk, nama pembudidaya, harga, dan pembeli/ <i>record and report transactions that include the number of fish that come in, the name of fish farmers, the price, and the buyer;</i></li> <li>• menuliskan total pendapatan yang diterima/ <i>write down the total income;</i></li> <li>• memberikan tanda khusus bagi para pembeli yang menunda pembayaran/ <i>marking for buyers who deferred payment;</i></li> <li>• membuat nota pembayaran untuk ditandatangani pungawa/ <i>create a memorandum of payment for signature pungawa.</i></li> </ul>
Juru Lelang/ Auctioneer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• melaksanakan lelang secara terbuka dan mengumumkan pemenang lelang/ <i>conduct an open auction and announce the winner of the auction;</i></li> <li>• menata bandeng yang telah dirapikan juru sortir dan hitung/ <i>arranging milkfish is safe interpreter sorting and counting;</i></li> <li>• memerintahkan kepada pemenang lelang untuk membayar harga ikan yang besarnya telah disepakati bersama/ <i>order the winning bidder to pay the price of fish the amount has been agreed.</i></li> </ul>
Juru Sortir dan Hitung/ Interpreter sorting and counting	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mensortir dan menghitung bandeng berdasarkan ukuran bandeng/ <i>sorting and counting by size milkfish;</i></li> </ul>
Juru Keuangan/ Financial savior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• menghitung uang yang masuk dan keluar/ <i>counting the money in and out;</i></li> <li>• biasanya di percayakan pada orang dekat <i>pungawa</i> (istri) agar keuangan dapat dikontrol oleh <i>pungawa</i>/ <i>usually entrusted to a close courtier (wife) to finance can be controlled by pungawa.</i></li> </ul>

Sumber/Source : Setiawan, (2009)

Pelelangan bandeng di Kabupaten Pangkep belum memanfaatkan alat timbangan untuk menghitung berat bandeng. Perhitungan dilakukan secara manual (*by hand*) oleh juru hitung. Juru hitung menggunakan metode yang unik. Perhitungan dilakukan per sepuluh bandeng. Setiap terhitung sebanyak sepuluh ekor, maka akan dipisahkan satu ekor sebagai satu hitungan, sehingga total ikan dapat diketahui dari bandeng yang sudah dipisahkan. Bandeng di pelelangan memiliki *grade* ukuran tertentu. Ukuran besar atau kecilnya bandeng diukur dengan lebar jari tangan (telunjuk-jari tengah-jari manis-kelingking). Ada tiga macam ukuran bandeng yang diperjualbelikan yaitu : ukuran 2 (9-10 ekor per kg), ukuran 3 (5-6 ekor per kg) dan ukuran 4 (3-4 ekor per kg). Karakteristik pembeli bandeng berbeda di setiap daerah. Perbedaan ini dalam ukuran ikan. Pembeli yang berasal dari Jeneponto biasanya lebih menyukai bandeng yang berukuran kecil (ukuran 2 jari). Berbeda halnya dengan pembeli untuk restoran atau warung makan yang lebih menyukai bandeng yang berukuran besar (ukuran 4). Pada umumnya masyarakat lebih menyukai ukuran 3 jari.

Total rata-rata bandeng yang terdapat di pelelangan sebanyak 976 ton per bulan (Setiawan, 2009). Penawaran harga bandeng di pelelangan *berfluktuasi* dipengaruhi oleh ukuran ikan, banyaknya pembeli, banyaknya ikan dan harga ikan laut. Hubungan tinggi rendahnya harga tergantung dari ukuran bandeng, harga ikan laut, jumlah pembeli, dan jumlah ikan. Semakin besar ukuran bandeng akan semakin besar pula harganya. Semakin banyak pembeli di pelelangan maka akan semakin besar harga bandeng yang ditawarkan. Berbeda halnya dengan semakin banyaknya bandeng terdapat di pelelangan maka akan semakin rendah harganya. Semakin tinggi harga ikan laut harga bandeng cenderung mahal.

Pelelangan bandeng di Kabupaten Pangkep dilaksanakan setiap hari dan sepanjang tahun. Aktivitas pelelangan ditandai dengan datangnya juru hitung dan *pungawa*, dilanjutkan dengan pembudidaya yang membawa ikan dan pedagang besar yang bersiap mengambil ikan. Biasanya puncak aktivitas pelelangan terjadi pada pukul 22:00 WITA s.d 24:00 WITA (lamanya tergantung banyaknya ikan). Aktivitas ini dimulai dengan pembentukan harga antara pembeli (selanjutnya disebut *Pacatto*) dan juru lelang. *Pacatto* sebelumnya akan berkeliling untuk mengetahui keadaan ikan yang akan dilelang. *Pungawa* mengajukan harga kepada *pacatto* lalu terjadi penawaran harga

dan *pungawa* yang memutuskan harga lelang. *Pungawa* akan menentukan harga berdasarkan mutu ikan, harga rata-rata kemarin dan jumlah ikan yang terdapat di los pelelangan miliknya serta los pelelangan lainnya.

Pada proses pelelangan pembudidaya hanya diam dan mengamati proses pembelian, tidak ikut campur dalam proses pelelangan. Setelah semua bandeng yang dibawa habis dibeli atau masih terdapat sisa, semuanya dihitung jumlahnya dan ditulis dalam nota pembayaran yang dibuat juru keuangan. Juru tulis menuliskan nota untuk pembudidaya. Mekanisme pembayaran uang hasil lelang kepada pembudidaya bervariasi bentuknya. Terdapat empat mekanisme pembayaran yang waktunya berbeda-beda, hal ini tergantung dari kebijakan *pungawa*. Adapun beberapa mekanisme yang terjadi di pelelangan diantaranya (1) pembayaran langsung ditempat setelah ikan habis, (2) pembayaran ditunda 1-3 hari bahkan sampai 3 minggu dan (3) penagihan langsung oleh pembudidaya, namun hal ini biasanya terjadi karena hubungan kerabat

Setelah proses pembayaran selesai *pacatto* mendistribusikan ikan bandeng sesuai tujuan pemasaran masing-masing. *Pacatto* dari luar Pangkep sebagian besar berasal dari Makassar, Kabupaten Jeneponto, Kabupaten Bantaeng dan Kabupaten Gowa. Sedangkan *pacatto* yang berasal dari Pangkep tidak melakukan transaksi lelang, karena merupakan perpanjangan tangan dari *pungawa*. Secara umum *pacatto* datang ke pelelangan untuk mendapatkan bandeng. Bandeng tersebut akan dikirim kembali ke daerah asalnya.

Aturan main dan aktor yang berperan dalam pelelangan hasil perikanan budidaya ini berbeda dengan pelelangan hasil perikanan laut. Untuk pelelangan hasil perikanan laut lebih terstruktur dengan aturan main yang jelas secara legal, ada struktur organisasi pelelangan dan pembagian kerja secara vertikal maupun horizontal, serta data retribusi dan jumlah ikan yang dilelang lebih dapat (Lengkong *et al.*, 2013).

## RANTAI PEMASARAN BANDENG

Bandeng Pangkep memiliki kekhasan dari bau dan rasa. Pembudidaya meyakini bahwa Perairan Sulawesi relatif belum banyak tercemar. Hal ini menyebabkan bandeng tidak berbau lumpur. Kekhasan lainnya yaitu rasa khas keju dari bandeng bakar. Jika ikan disajikan melalui

pembakaran, maka bandeng akan mengeluarkan lelehan minyak seperti keju yang dipanaskan. Hal ini menyebabkan rasa yang berbeda dengan bandeng lainnya. Kualitas dan kekhasan bandeng Pangkep menimbulkan perspektif positif bagi pemasaran bandeng sehingga memberikan *brand* terhadap bandeng pangkep. Hal ini mendorong pembudidaya di luar Pangkep memasarkan bandeng di Pangkep. Adapun beberapa kabupaten yang memasarkan bandeng di Pangkep diantaranya Kabupaten Pinrang, Kabupaten Wajo, Kabupaten Maros, Kabupaten Siwa, Kabupaten Bantaeng, Kabupaten Gowa, Kabupaten Jeneponto, dan Makassar, bahkan ada yang berasal dari Provinsi Kalimantan Timur (Kabupaten Tarakan). Sementara ikan yang dipasok dari kabupaten Pangkep ke TPHT Palampa hanya sekitar 30% dari total ikan bandeng yang di lelang.

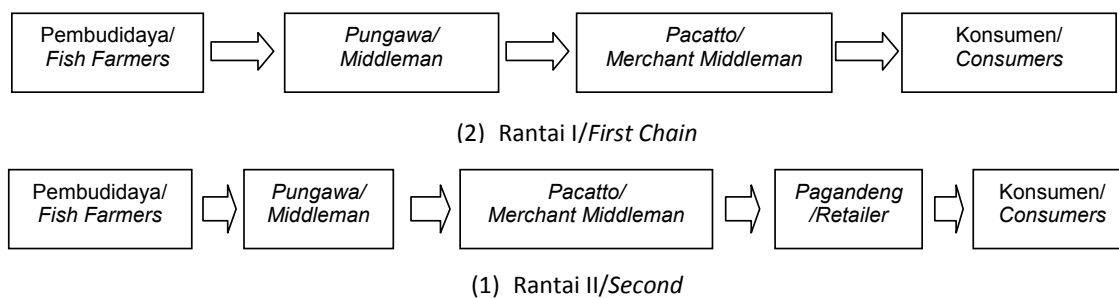
Pemasaran menurut Kotler (2004) adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran ikan bandeng menurut bentuk ikan yang dipasarkan di tempat pelelangan Kabupaten Pangkep dilakukan dalam bentuk segar. Rantai pemasaran dimulai dari hulu (produsen) ke hilir (konsumen) dengan lembaga pemasaran meliputi pembudidaya sebagai produsen, pedagang pengumpul (*pungawa*), pedagang perantara (*pacatto*), pedagang pengecer dan konsumen akhir. Rantai pemasaran bandeng di tempat pelelangan bandeng Kabupaten Pangkep terdiri dari 2 (dua) rantai (Gambar 2).

Pembudidaya adalah *supplier* pelelangan bandeng di Kabupaten Pangkep. Pembudidaya

Pangkep telah berpengalaman dalam mengembangkan budidaya tambak. Teknologi budidaya tambak di Kabupaten Pangkep tergolong kategori madya. Teknologi tambak diwariskan secara turun menurun. Pembudidaya Pangkep berasal dari Kecamatan Labakkang, Kecamatan Ma'rang, Kecamatan Bungoro, Kecamatan Segeri dan Kecamatan Mandalle. Setiap kecamatan di Pangkep memiliki tambak yang luas. Kecamatan Ma'rang dan Kecamatan Labakkang memiliki luas lahan tambak dan produksi yang terbesar dibandingkan kecamatan lainnya. Jumlah rata-rata pembudidaya yang berpartisipasi di pelelangan bandeng setiap harinya sekitar 85 orang per hari dengan rata-rata bandeng yang dibawa ke pelelangan sebesar 0,38 ton per pembudidaya (Setiawan, 2009).

*Pungawa* merupakan pedagang pengumpul yang membeli ikan dari pembudidaya dan sekaligus sebagai pemilik los lelang. Los lelang merupakan tempat transaksi pelelangan. Berbeda halnya dengan pelelangan di TPI, Pelelangan Bandeng Pangkep tidak terkoordinasi oleh satu juru lelang. Setiap setiap los lelang yang ditempati *pungawa* memiliki juru lelang sendiri. Keadaan ini seperti pasar lelang dimana pasar lelang terdiri dari banyak pembeli dan banyak penjual yang melelang, dan dalam hal ini *pungawa* berperan sebagai penghubung pembudidaya dan pembeli bandeng.

Pedagang besar/*pacatto* merupakan konsumen tingkat satu dalam rantai pemasaran. *Pacatto* menyalurkan bandeng ke berbagai daerah dan berperan dalam memperluas jaringan pemasaran bandeng. *Pacatto* membeli bandeng dengan transaksi lelang. Banyaknya jumlah bandeng yang dibeli oleh pedagang besar



**Gambar 2. Rantai Pemasaran Bandeng di Kabupaten Pangkep**  
**Figure 2. Marketing Chain of Milkfish in the Pangkep District**

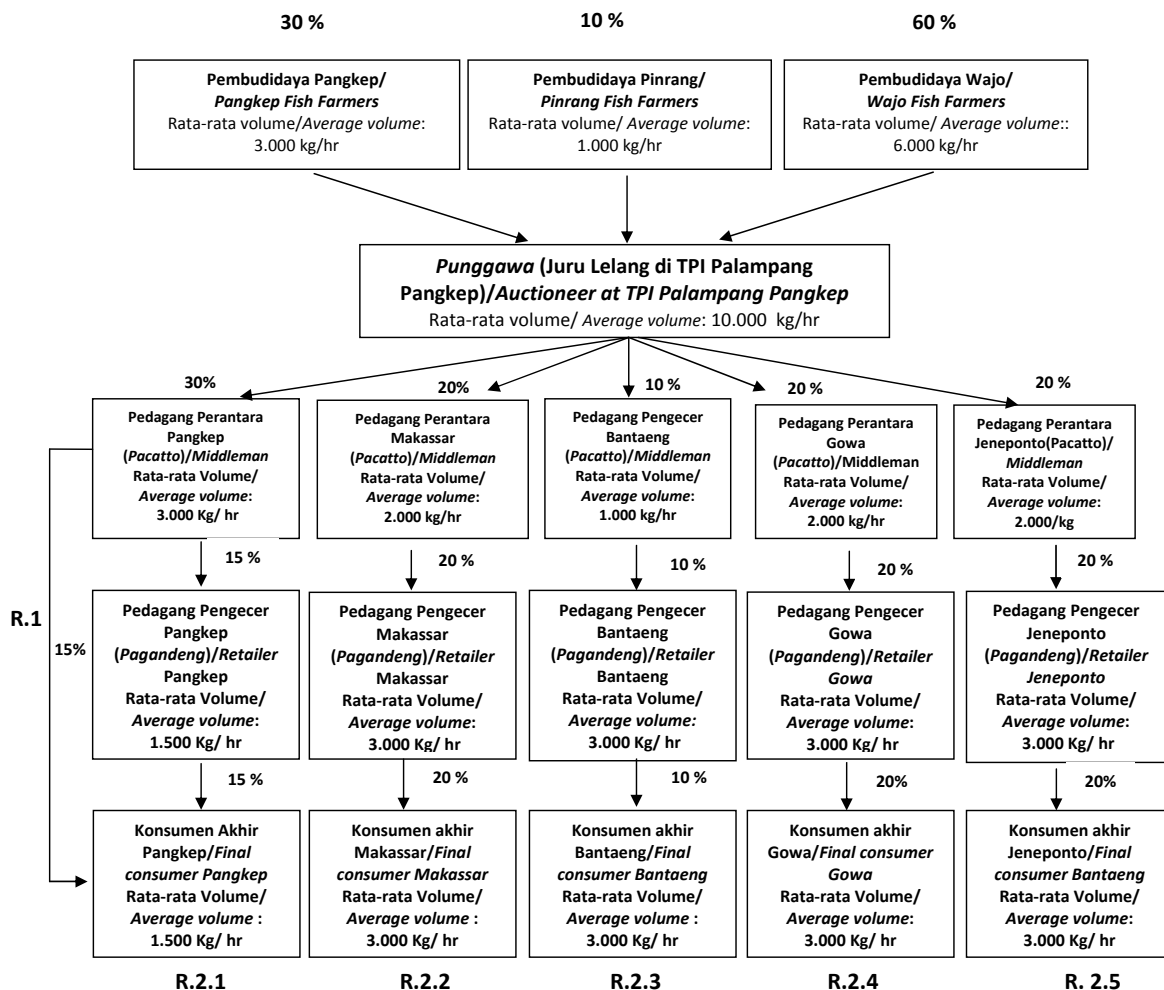


sebanyak 10 gabus (1 kotak *stereofoam*). Setiap gabus menampung 50 kg bandeng. Pacatto yang terlibat di Pelelangan Bandeng Pangkep berasal dari dalam dan luar Pangkep.

Pedagang eceran/*pagandeng* mendapatkan ikan bandeng dari *pacatto*. Adapun yang tergolong pengecer ada yang berbentuk toko (*store retailer*) dan non-toko misalnya melalui *door to door* dan pedagang kaki lima. Bentuk *door to door* yang dilakukan pedagang eceran di Pangkep disebut *pagandeng* sepeda dan *pagandeng* motor. *Pagandeng* motor memperjualbelikan ikan bandeng dalam jumlah 100 ekor dan mampu menjangkau daerah pegunungan. *Pagandeng* motor dengan jangkauan ke daerah pegunungan (Kecamatan Tondong Tallasa) membutuhkan biaya transportasi yang lebih banyak berupa bahan bakar minyak (BBM).

Konsumen akhir dalam rantai pemasaran bandeng di Pangkep terdiri dari konsumen pasar kabupaten pangkep sendiri (*local*) dan konsumen pasar luar kabupaten. Konsumen pasar luar kabupaten terdapat pada rantai I, sedangkan konsumen pasar luar kabupaten terdapat pada rantai II (Gambar 2).

Sistem rantai pasok ikan bandeng di Kabupaten Bandeng (Gambar 3) menunjukkan alur pemasaran bandeng secara lebih rinci. Ikan bandeng yang masuk ke pelelangan Kabupaten Pangkep sebagian besar dipasok oleh pembudidaya dari kabupaten Wajo (60%). Kabupaten Pangkep 30% sedangkan 10% berasal dari Kabupaten Pinrang. Tempat pelelangan Palampang berfungsi sebagai pasar grosir. Pembudidaya melakukan transaksi jual – beli melalui proses lelang oleh juru lelang.



Sumber: Data primer diolah/ Source: Primary data processed, 2012

Gambar 3. Rantai Pasok Pemasaran Ikan Bandeng di Tempat Pelelangan Ikan Kabupaten Pangkep  
Figure 3. Milkfish Marketing Supply Chain at the Fish Auction Place in the Pangkep District

Berdasarkan kedua saluran pemasaran bandeng di Kabupaten Pangkep dari hulu (pembudidaya) dan berakhir di hilir (konsumen akhir) dengan penjualan dalam bentuk segar membutuhkan biaya pemasaran sehingga suatu produk akan lebih tinggi harganya dibanding harga di tingkat produsen. Semakin panjang rantai pemasaran maka biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran akan semakin besar.

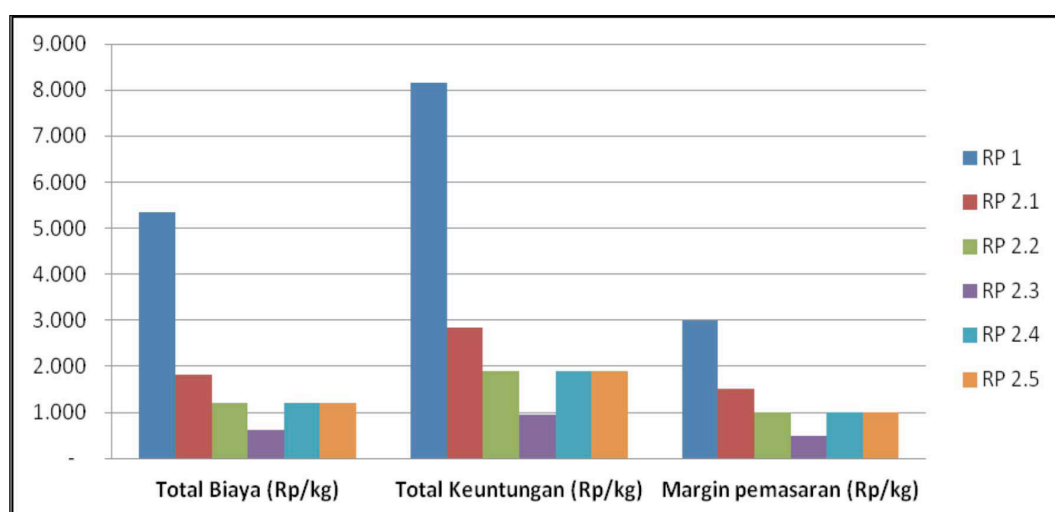
**KINERJA EFISIENSI PEMASARAN BANDENG**

Margin pemasaran merupakan selisih harga jual dan harga beli. Berdasarkan Gambar 4 diketahui bahwa setiap saluran pemasaran memiliki margin tersendiri. Rantai pemasaran 1 memiliki nilai margin dan biaya pemasaran yang lebih besar dibandingkan dengan lima rantai pada rantai pemasaran 2, sehingga menghasilkan keuntungan yang paling tinggi diantara kelima rantai lainnya. Besarnya margin yang dihasilkan dipengaruhi harga jual dan harga beli bandeng. Sedangkan besarnya biaya pemasaran dipengaruhi oleh upaya mempertahankan kesegaran ikan yang tergantung pada jarak tujuan pengiriman bandeng dari Kabupaten Pangkep.

Perbandingan keuntungan dari keenam rantai pemasaran menunjukkan rantai 1 dengan daerah pemasaran lokal di Kabupaten Pangkep dan rantai pemasaran yang lebih pendek daripada rantai pemasaran 2.1 menghasilkan keuntungan yang paling tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh ukuran

dan harga ikan bandeng yang dijual di rantai pemasaran 1 lebih besar yaitu 500 gram per kg dengan harga Rp 12.500 per ekor. Untuk rantai pemasaran 2.1 sampai dengan 2.5 keuntungan terbesar dan terkecil adalah RP 2.1 dan RP 2.3. Keuntungan dipengaruhi oleh biaya dan harga. Keuntungan terbesar pada RP 2.1 dipengaruhi jarak ke tujuan pemasarannya yang dekat dibandingkan kelima rantai pemasaran lainnya sehingga biaya operasionalnya kecil. Sedangkan untuk RP 2.3 dengan tujuan pemasaran ke Kabupaten Bantaeng, keuntungan yang kecil dipengaruhi oleh jarak pemasaran yang jauh dan rata-rata volume pengiriman yang besar pada setiap pengirimannya.

Efisiensi ekonomis rantai pemasaran menunjukkan bahwa semakin pendek rantai pemasaran akan semakin efisien rantai pemasaran tersebut. Pada saluran I efisiensi pada masing-masing lembaga pemasaran tergolong efisien. Menurut Soekartawi (2002) tingkat efisiensi < 5% dikatakan efisien dan >5% dikatakan tidak efisien. Tabel 3 menunjukkan lembaga pemasaran yang paling efisien pada rantai I dan II adalah pacatto. Hal ini dikarenakan pacatto sebagai penyalur bandeng ke berbagai daerah membeli ikan yang relatif banyak dari daerah asalnya kemudian mengalami proses lelang di pelelangan Pangkep dan menyalurkan ikan bandeng tersebut kembali ke daerahnya. Keuntungan pacatto didapat dari margin pemasaran pada proses lelang tersebut dengan harga ikan pada saat pembelian awal.



**Gambar 4. Perbandingan Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Bandeng pada Rantai 1 dan 2.**  
**Figure 4. Comparison of Cost, Profit and Milkfish Marketing Margin Marketing Chain Type in 1 and 2.**

Sumber: Data primer diolah/ Source: Primary data processed, 2012

**Tabel 3. Tingkat Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng di Kabupaten Pangkep.**  
**Table 3. Efficiency Level of Milkfish Marketing in the Pangkep District.**

Lembaga Pemasaran/ Marketing Agencies	Efisiensi Pemasaran/Marketing Efficiency (%)	
	Rantai 1/First Chain	Rantai 2.1 s.d 2.5/2.1 up to 2.5 Chain
Punggawa (Pelelang/Auctioner)*	5	4
Pacatto (Pedagang Besar/Wholesaler)**	3	3
Pagandeng (Pengecer/Retailer)***	-	4

Sumber: Data Primer diolah, 2012/ Source: Primary data processed, 2012

Keterangan/Information:

\* Rantai 1 dan 2 : efisien

\*\* Rantai 1 dan 2 : efisien

\*\*\* Rantai 2 : efisien

### KONTRIBUSI RETRIBUSI PELELANGAN TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD)

Untuk membiayai segala keperluan yang ditimbulkan oleh adanya pelelangan ikan menurut Adrianto (2006) dalam Setiawan (2009) maka organisasi penyelenggaraan ikan diatur dalam pasal 7 ayat 3 PP No.64 Tahun 1957. Organisasi penyelenggara lelang dapat memungut retribusi setinggi-tingginya 5% dari hasil penjualan ikan. Pungutan retribusi dibebankan kepada pihak penjual dan pembeli yang melaksanakan transaksi lelang. Retribusi dikenakan pada pelelangan jika pemerintah setempat memberikan fasilitas atau pelayanan pelelangan. Hasil pungutan retribusi dan alokasi penggunaannya ditetapkan dengan perda yang pelaksanaannya diatur dengan SK Bupati/walikota pada tiap-tiap lokasi pelelangan.

Landasan hukum pelelangan diberlakukan untuk mengatur dan menjamin keberlangsungan pelelangan. Pelelangan bandeng yang terjadi di Pangkep diatur melalui Perda No.22 Tahun 2000 Tentang Perubahan Pertama Perda Kabupaten Pangkep No.4 Tahun 1999 Tentang Retribusi Pasar Grosir dan atau Pertokoan. Peraturan ini sebagai tambahan beberapa peraturan pada Perda No.4 Tahun 1999. Perda No.22 Tahun 2000 menyebutkan dengan jelas bahwa adanya struktur tarif khusus untuk pelelangan bandeng. Tempat pelelangan berdasarkan Perda No.4 pasal 1 adalah tempat penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli secara lelang. Perda No.4 Tahun 1999 mengalami perubahan pada pasal 2, pasal 6 dan pasal 8 setelah pemerintah daerah membayar biaya rekonstruksi pembangunan Developer Swasta (PT Wahana). Peraturan tersebut menyebutkan bahwa retribusi merupakan pembayaran atas pelayanan penyedia fasilitas berupa tempat dan

jasa pada pasar grosir termasuk pelelangan ikan. Tingkat penggunaan jasa fasilitas tempat dihitung berdasarkan luas, dan waktu penggunaan fasilitas pasar grosir dan atau pertokoan serta berdasarkan volume atau nilai jual barang. Adapun struktur tarif berdasarkan jenis pelayanan fasilitas tempat dan jasa pada pasar grosir dan atau pertokoan untuk pelayanan jasa pelelangan bandeng (pasal 8 ayat 7d) sebesar 2% dari nilai ikan (Setiawan, 2009).

Target penerimaan retribusi pelelangan bandeng berdasarkan Data Dipenda (2007) dalam Setiawan (2009) cenderung tetap per tahun 2003-2006, namun realisasi penerimaan belum memenuhi target (Tabel 4). Realisasi penerimaan dari retribusi pelelangan bandeng terbesar pada tahun 2005 (92,97 %) namun pada posisi tersebut bila dibandingkan dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pangkep maka dapat menyumbangkan pendapatan sebesar 0,31%. Sumbangan penerimaan retribusi pelelangan bandeng bagi PAD masih dianggap terlalu kecil dan tidak signifikan, sehingga perlu ditingkatkan. Hal ini karena menurut Adil (2003) dalam Setiawan (2009) semakin banyak PAD suatu daerah maka semakin dimungkinkan untuk melakukan pelayanan publik yang seluas-luasnya khususnya bagi pelelangan bandeng itu sendiri. Pelelangan bandeng di Kabupaten Pangkep pada tahun 2011 dilakukan oleh 16 *punggawa* dengan masing-masing *punggawa* memiliki los sendiri. Satu orang *punggawa* rata-rata 1-2 los namun ada juga yang memiliki 3-4 los per *punggawa*. Fasilitas yang ada di tempat pelelangan bandeng umumnya sama dengan tempat pelelangan ikan yang lain, perbedaannya terletak pada lokasi pelelangan yang dekat dengan sungai terbesar (S. Pangkajene) serta tidak adanya kantor pelelangan bandeng.

**Tabel 4. Kontribusi Retribusi Pelelangan Bandeng terhadap Retribusi Pasar Grosir dan Pertokoan dan Pendapatan Asli Daerah, 2003-2006**

**Tabel 4. Contribution of Milkfish Auction Retribution To Retail and Wholesale Markets Levies and Local Revenue, 2003-2006.**

Tahun/ Year	Pelelangan Bandeng/ Milkfish Auction			Jasa Pasar Grosir dan Pertokoan/Services Retail and Wholesale Markets		Pendapatan Asli Daerah (PAD)/ Revenue	
	Target/ Target (Rp.juta) (A)	Realisasi/ Realization (Rp.juta) (B)	B/A x 100 %	Realisasi/ Realization (Rp.juta) (C)	B/C x 100 %	Realisasi/ Realization (Rp.juta) (D)	B/D x 100%
2003*	97,20	86,49	88,98	120,14	71.99	25,462,93	0.34
2004*	99,85	87,10	87,23	115,20	75.61	26,904,30	0.32
2005*	99,85	92,84	92,97	124,90	74.33	30,024,15	0.31
2006*	99,85	72,28	72,39	101,76	71.03	36,941,85	0.20
2007**	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	41,614,00	N/A
2008**	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	44,296,00	N/A
2009**	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	57,715,00	N/A

Sumber/Source : \*Setiawan, 2009; \*\*BPS Kabupaten Pangkep, 2010

Manfaat yang diperoleh dari dekatnya lokasi pelelangan dengan sungai akan memperlancar transportasi melalui sungai dengan pembuatan sarana jalan khusus. Kerugian yang didapatkan dari tidak adanya kantor pelelangan bandeng menyebabkan akses pembeli, *pungawa*, pembudidaya, pedagang maupun konsumen dilakukan secara bebas, data jumlah ikan yang dilelang tidak tercatat, maupun jumlah retribusi yang diperoleh dari proses pelelangan tidak terdata dengan *valid*. Jika dikaitkan dengan PAD maka kontribusi retribusi pelelangan bandeng perlu ditingkatkan. Peningkatan retribusi pelelangan bandeng yang signifikan dapat dilakukan dengan pembangunan kantor pelelangan yang dapat berfungsi sebagai fasilitator maupun koordinator pelelangan bandeng di Pangkep, sehingga kerugian yang ada dapat dieliminir. Pembangunan

kantor pelelangan dapat dilakukan oleh Dispenda yang bertugas mencatat dan mengumpulkan retribusi pelelangan bandeng. Menurut Priyono (2013), perencanaan dan penataan pelelangan ikan sebagai salah satu pusat perdagangan ikan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari di Kabupaten Pangkep maupun kabupaten lainnya di Sulawesi Selatan membutuhkan dukungan sistem otonomi daerah dan komitmen Pemerintah Daerah, hal ini dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (Tabel 4).

Dampak positif dari pelelangan bandeng di Kabupaten Pangkep selain dapat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yang terlihat dari PDRB dari sektor

**Tabel 5. Pendapatan Regional Bruto dan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, 2010.**

**Tabel 5. Gross Regional Domestic Product and Economic Growth in Pangkajene Kepulauan District, 2010.**

Tahun/ Year	PDRB Harga Berlaku (Milyar Rp)/ GDP in Current Prices	PDRB Harga Konstan (Milyar Rp)/ GDP in Constant Prices	Pertumbuhan Ekonomi (%)/ Economic Growth	Pertumbuhan Sektor Perikanan (%)/ Fisheries Sector Growth
2006	2,735.86	1,967.63	5.92	5.98
2007	3,153.30	2,088.09	6.12	5.27
2008	3,826.20	2,237.50	7.16	6.72
2009	4,597.93	2,369.77	5.91	8.29
2010*	5,379.30	2,519.98	6.34	4.87

Sumber/Source : BPS Kabupaten Pangkep, 2011  
Keterangan : \*Angka sementara/Preliminary figures

pertanian (perikanan) dan laju pertumbuhan sektor perikanan (Tabel 5), serta pendapatan perkapita. Menurut Antaranews (2010), pendapatan perkapita masyarakat Kabupaten Pangkep mencapai Rp 7,2 juta pertahun melampaui pendapatan perkapita Provinsi Sulawesi Selatan yaitu Rp 5 juta pertahun. Pendapatan perkapita umumnya ditunjang dari sektor pertanian dan perikanan yang menjadi mata pencaharian mayoritas masyarakat Pangkep sehingga memposisikan Kabupaten Pangkep berada pada urutan ketiga dari sisi pertumbuhan ekonomi dari 24 kabupaten/kota di Sulsel.

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

### KESIMPULAN

1. Fungsi pelelangan bandeng di Kabupaten Pangkep berbeda dengan pelelangan bandeng di kabupaten lain (Sidoarjo dan Gresik), yaitu sebagai pusat pemasaran dan distribusi hasil budidaya bandeng, sarana pemungutan retribusi hasil pemasaran ikan, serta sarana penyuluhan dan pengumpulan data perikanan, khususnya bandeng.
2. Pelelangan bandeng pangkep melelang bandeng dengan ukuran 3 jari (0,22 kg/ekor) dengan total bandeng yang terdapat di pelelangan sebanyak 976 ton/bulan. Pengelolaan pelelangan dilakukan oleh pemerintah melalui Dinas Pendapatan Daerah. Pelaku usaha yang terlibat dalam pelelangan adalah petambak, *pungawa*, *pacatto*, dan *pagandeng* serta penagih retribusi sebagai pendukung pelelangan. Mekanisme pelelangan yang dilakukan diantaranya kegiatan pra lelang, kegiatan lelang, kegiatan pasca lelang dan kegiatan penunjang pelelangan.
3. Rantai pemasaran bandeng di pelelangan terdiri dari 2 rantai diantaranya Pembudidaya–*Pungawa*–*Pacatto*–Konsumen (R1) dan Pembudidaya–*Pungawa*–*Pacatto*–*Pagandeng*–Konsumen (R2). Rantai pemasaran R1 memiliki nilai biaya pemasaran lebih kecil, keuntungan lebih besar, margin pemasaran lebih kecil, bagian yang diterima produsen lebih besar dan memiliki nilai indeks efisiensi lebih kecil dibandingkan rantai pemasaran R2. Pelaku usaha yang paling efisien adalah *pacatto* dengan nilai efisiensi 3%, baik pada rantai pemasaran I maupun rantai pemasaran II.

4. Landasan hukum penarikan retribusi diatur oleh Perda No.22 Tahun 2000 tentang Perubahan Pertama Perda No.4 Tahun 1999 tentang Retribusi Pasar Grosir atau Pertokoan. Realisasi penerimaan retribusi pelelangan ikan bandeng terhadap target pada tahun 2006 sebesar 72,39 % dan kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar 0,2 %. Peningkatan kontribusi retribusi pelelangan perlu dilakukan karena semakin banyak PAD suatu daerah maka semakin dimungkinkan untuk melakukan pelayanan publik yang seluas-luasnya khususnya bagi pelelangan bandeng itu sendiri.

### IMPLIKASI KEBIJAKAN

Untuk meningkatkan kontribusi retribusi pelelangan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan pendapatan perkapita masyarakat maka strategi kebijakan yang dapat dipertimbangkan antara lain : (1) Kebijakan pengelolaan dan manajemen tenaga kerja tempat pelelangan yang didukung dengan payung hukum yang jelas sehingga dapat mengkoordinasikan kegiatan pelelangan dan pemungutan retribusi; (2) Kebijakan terkait penambahan fasilitas pelelangan yaitu pembangunan kantor pelelangan dan fasilitas/sarana pendukung lain yang dapat memperlancar kegiatan pelelangan; (3) Kebijakan terkait pengawasan dan monitoring oleh Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pangkep terhadap jumlah ikan yang dilelang setiap harinya maupun data retribusi pelelangan, dan (4) Penyusunan dokumen mengenai data statistik perikanan khususnya bandeng dan data realisasi retribusi pelelangan di Kabupaten Pangkep.

### DAFTAR PUSTAKA

- Antaranews. 2010. Pendapatan Perkapita Pangkep Rp 7,2 juta. <http://makassar.antaranews.com/berita/12420/pendapatan-perkapita-pangkep-rp72-juta>. Diakses tanggal 26 Juni 2013.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pangkep. 2011. Pendapatan Domestik Regional Bruto Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan 2011. Kerjasama Bappeda dengan Badan Pusat Statistik. Kabupaten Pangkep.
- Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya. 2011. Statistik Perikanan Budidaya 2010. Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya. Jakarta.

- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan. 2011. Warta Pasar Ikan. Edisi Maret 2011. 91. DPDN-DJP2HP. Jakarta.
- Hanafiah, A.M., dan Saefuddin. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Handayani, S.M dan I. Nurlaila. 2011. Analisis Pemasaran Lele di Kabupaten Klaten. Jurnal Sains Peternakan. Vol 9 (1).
- Helstad, K., Vassdall, T., Trondsen, T., and Young, J.A., 2005. Price Link between Auction and Direct Sales of Fresh and Frozen Fish in North Norway (1997-2003). Marine Resource Economics. 20 : 305-322.
- Hossain, M.I & Snekangsu, 2002. A A study on Beef Cattle Marketing in Bangladesh. Departement of Basic and social Sciences, Sylhet Governmentb Vetenary College Sylhet. Online Journal of Biological Sciences 2(7). www. scialest.net. Bangladesh.
- Kotler. 2004. Manajemen Pemasaran. Penerjemah: Teguh H. RA Rusli, B Molan. Prenhalindo. Jakarta.
- Lengkong, A., C.R. Dien, dan D.R.R. Aling. 2013. Manajemen Tenaga Kerja Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Aertembaga Kota Bitung. Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan. Volume. 1 No. 1 Tahun 2013 (online). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/akulturasi/article/view/1398>. Diakses tanggal 28 Juni 2013.
- Priyono. 2013. Analysis of Traditional Market Development Strategy in the District Sidoarjo. IOSR Journal of Business and Management Volume. 8 Issue I (Jan-Feb.2013). e-ISSN : 2278-487x (online).[www.iosrjournals.org](http://www.iosrjournals.org). Diakses tanggal 25 Juni 2013.
- Nazir, M. 1988. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Setiawan, A.R. 2009. Studi Pelelangan Bandeng di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, Provinsi Sulawesi Selatan. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasinya. Edisi Revisi. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Pangkajene. 1999. Peraturan Daerah Tingkat II Pangkajene dan Kepulauan Nomor 4 Tahun 1999 Tentang Retribusi Pasar Grosir dan Pertokoan.
- \_\_\_\_\_. 2000. Peraturan Daerah Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan Nomor 22 Tahun 2000 Tentang Perubahan Pertama Peraturan Daerah Pangkajene dan Kepulauan Nomor 4 Tahun 1999 Retribusi Pasar Grosir dan atau Pertokoan.