

Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu Sistem Keramba Jaring Apung di Teluk Ambon Dalam

¹Irawati dan ²Muhidin Syamsuddin

Politeknik Kelautan dan Perikanan Maluku

¹e-mail korespondensi : irawatimuhidin@gmail.com

Abstract. *The development of grouper aquaculture production in the waters of Teluk Ambon Dalam (TAD) has increased from year to year, both in the amount of production, aquaculture household and the area of cultivation land. This indicates that the community is increasingly reading the opportunities for grouper farming in Ambon Dalam Bay. Increased production of course must be followed by certainty of market availability, because the success or failure of a cultivation business is determined by market conditions. On this basis, the research entitled "Strategy of Grouper Cultivation Business System of Floating Nets in Ambon Dalam Bay" was conducted. The subject of this research is the community of systema grouper fish farming floating net cages at the location of Teluk Ambon Dalam, Baguala District, Ambon City. The components of the research analyzed were the conditions of the grouper cultivation business which were analyzed using descriptive qualitative methods; the marketing system is analyzed using the marketing system analysis method; Business feasibility was analyzed using business feasibility analysis method and internal and external components were analyzed using the SWOT and TOWS methods. The results showed that the condition of Ambon Dalam Bay waters quality still supports the development of grouper cultivation activities. For domestic marketing of grouper fish in Ambon City, the marketing channels are producer-buyer / collector-consumer. From the marketing channels formed above, it can be said that, this marketing channel is included in the two-tier marketing channel. The results of the business feasibility analysis indicated that the grouper farming was feasible to continue. Formulated 15 strategies for developing marketing of grouper farming in the waters of Teluk Ambon Dalam (TAD).*

Keywords : *Aquaculture, strategy, space utilization*

Abstrak. Perkembangan produksi usaha budidaya ikan kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam (TAD) mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, baik jumlah produksi, Rumah Tangga Perikanan (RTP) Budidaya maupun luas lahan budidaya. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat semakin besar membaca peluang usaha budidaya ikan kerapu di Teluk Ambon Dalam. Meningkatnya produksi tentunya harus diikuti dengan kepastian ketersediaan pasar, karena salah satu faktor berhasil tidaknya suatu usaha budidaya ditentukan oleh kondisi pasar. Atas dasar inilah maka dibutuhkan suatu kajian tentang Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu Sistem Keramba Jaring Apung di Teluk Ambon Dalam". Subjek penelitian ini adalah masyarakat pembudidaya ikan kerapu sistem keramba Jaring Apung pada lokasi Teluk Ambon Dalam Kecamatan Baguala Kota Ambon. Komponen penelitian yang dianalisis yaitu kondisi eksiting usaha budidaya ikan kerapu yang dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif; sistem pemasaran dianalisis dengan menggunakan metode analisis sistem pemasaran; kelayakan usaha dianalisis menggunakan metode analisis kelayakan usaha dan komponen internal dan eksternal dianalisis menggunakan metode SWOT dan TOWS. Hasil penelitian menunjukkan kondisi kualitas perairan Teluk Ambon Dalam masih mendukung pengembangan kegiatan budidaya ikan kerapu. Untuk pemasaran dalam negeri ikan kerapu di kota Ambon, jalur pemasarannya termasuk ke dalam saluran pemasaran dua tingkat yaitu produsen-pembeli/pengumpul-konsumen. Hasil analisis kelayakan usaha menyatakan bahwa usaha budidaya ikan kerapu layak dilanjutkan. Dirumuskan 15 strategi pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam (TAD)

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Budidaya Ikan Kerapu, Sistem Keramba Jaring Apung

PENDAHULUAN

Wilayah perairan kota Ambon memiliki sumberdaya perikanan yang sangat potensial ditinjau dari besaran stok maupun peluang pemanfaatan dan pengembangannya. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian dan analisis terhadap kelimpahan stok potensi lestari. Wilayah perairan laut Kota Ambon memiliki salah satu komoditi perikanan tergolong potensial untuk dikembangkan yaitu sumberdaya ikan demersal, komoditi perikanan penting ini tersebar diseluruh wilayah ekologis perairan pesisir dan laut Kota Ambon.

Perairan kota Ambon memiliki potensi kelautan dan perikanan yang sangat diandalkan. Potensi berupa perikanan tangkap meliputi luas wilayah laut 136.116.1 Km² dengan panjang garis pantai 1.256.230 Km² dari luas wilayah 147.480.6 Km². Potensi sumber daya ikan yang dimiliki sebesar 484.532 ton/tahun dengan jumlah tangkapan yang diperbolehkan (JBT) sebesar 387.324 ton/tahun. Potensi tersebut baru dimanfaatkan sebesar 41.307.1 ton/tahun. (BPMD Prop. Maluku, 2007).

Perairan kota Ambon dengan substrat lumpur berpasir dan mempunyai kawasan terumbu karang dengan luas 1.667,4 Ha (baik 1.202 Ha dan rusak 469,8 Ha) merupakan daerah penangkapan ikan demersal dan ikan karang yang potensial seperti jenis kakap merah (*Prestoporooides*), lencam (*Lethrinudae*) ekor kuning, pisang-pisang (*Coesionidae*), baronang dan jenis-jenis kerapu seperti kerapu sunu (*Plectropomus spp*), napoleon wrase, kerapu bebek (*Cromileptes altivelis*) dan kerapu lumpur/balong/estuary grouper (*Epinephelus spp*). Pada tahun 2004

produksi ikan kerapu yang dicapai sebesar 352,56 ton dimana tingkat pemanfaatannya masih kecil sehingga peluang untuk investasi masih sangat terbuka. (BPMD prop. Maluku, 2007)

Dari informasi pasar diketahui permintaan kerapu baik ukuran kecil sebagai ikan hias maupun ukuran konsumsi terus meningkat. Kerapu tikus ukuran kecil (4 – 5 cm) dijual dengan harga Rp 7000/ekor, sedangkan ukuran konsumsi dengan berat 400 – 500 gram/ekor dijual di pasar lokal dengan harga tahun 2000 sekita Rp 250.000 – Rp 300.000/Kg, bahkan untuk pasar ekspor seperti Hongkong, Taiwan dan Cina harga kerapu ukuran konsumsi sekitar US\$ 55/Kg (Akbar dan Sudaryanto, 2002).

Selama ini kebutuhan ikan kerapu untuk tujuan ekspor hanya mengandalkan pasokan dari hasil tangkapan. Hal ini telah mendorong intensitas eksploitasi penangkapan ikan kerapu dengan berbagai cara, sehingga seringkali berpotensi merusak terumbu karang yang merupakan habitat alami ikan kerapu. Menyadari fenomena meningkatnya kerusakan terumbu karang yang dapat mengancam kelestarian stok ikan di alam serta untuk menjaga kontinuitas pasokan ikan kerapu hidup khususnya untuk tujuan ekspor. Pemerintah telah membuat kebijakan untuk mengembangkan teknologi budidaya ikan kerapu yang meliputi perbenihan (*hatchrey*) di bak kontrol dan pembesaran pada Keramba Jaring Apung (KJA).

Luas perairan Teluk Ambon Dalam yang dimanfaatkan sebagai areal usaha budidaya adalah seluas 559,49 ha. Luasan ini sangat mendukung dilaksanakan berbagai usaha perikanan, khususnya pengembangan budidaya perikanan laut. Terdapat beberapa lokasi yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha budidaya sesuai dengan peruntukannya di perairan ini (Mainassy, 2005).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka beberapa hal yang dirumuskan menjadi permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

Untuk mengetahui kondisi eksiting lingkungan perairan terutama menyangkut kualitas air apakah masih mendukung untuk untuk kegiatan budidaya ikan kerapu sistem KJA di Teluk Ambon dalam atau tidak. Selain itu untuk melihat bagaimana sistem pemasaran usaha budidaya ikan kerapu sistem KJA yang dilakukan di Teluk Ambon Dalam .

Dari kedua hal diatas dapat dikaji dan dianalisa apakah usaha budidaya ikan kerapu sistem KJA di Teluk Ambon dalam layak dikembangkan secara finansial atau tidak dengan melihat keuntungan yang diperoleh, kemudian menetapkan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha budidaya ikan kerapu sistem KJA di Teluk Ambon dalam.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Subjek penelitian ini adalah masyarakat pembudidaya ikan kerapu sistem KJA pada lokasi Teluk Ambon Dalam Kecamatan Baguala Kota Ambon. Desain penelitian ini digunakan metode sampling dan metode pengumpulan data.

Metode Sampling

Metode sampling yang digunakan ini adalah metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Singarimbun dan Sofyan 1989).

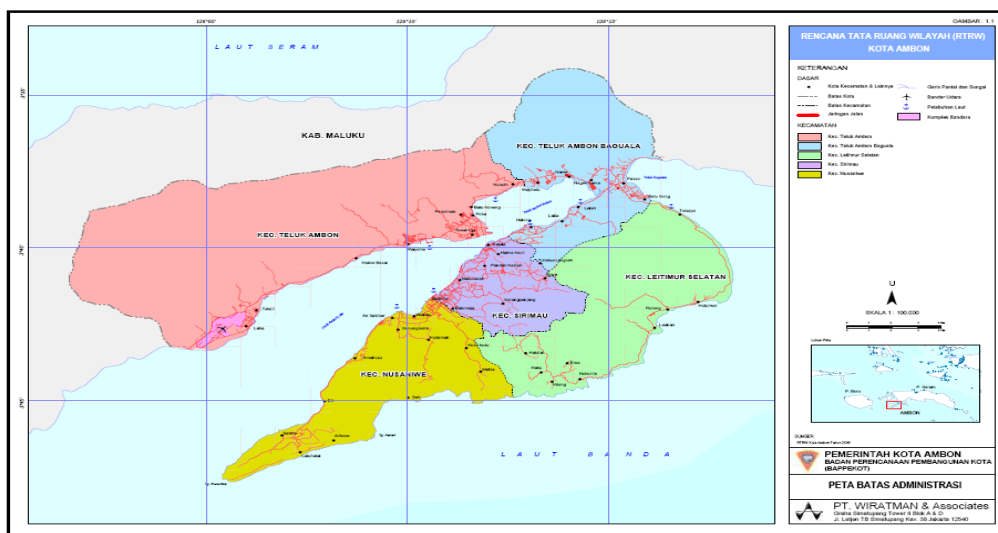
Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan :

- a. Wawancara, dilakukan dengan tatap muka langsung untuk mendapatkan data primer langsung dari manajemen unit usaha budidaya kerapu. Kegiatan wawancara dilakukan dengan bantuan kuesioner atau panduan/pedoman wawancara.
- b. Observasi, melakukan pemantauan dan pencatatan secara teliti dan sistematis sehingga dapat memberikan gambaran kondisi terhadap objek penelitian dalam melengkapi teknik wawancara.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan dari bulan Maret sampai April 2017 dengan lokasi penelitian di wilayah Teluk Ambon Bagian Dalam (Perairan Desa Poka, , Desa Waiheru, Desa Nania, Desa Passo, Desa Lateri) .



Gambar 1. Lokasi Penelitian

Populasi dan Sampel

Menurut Mantra (1989), populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri yang sudah ditetapkan. Dalam penelitian ini, populasi adalah jumlah keseluruhan masyarakat pemanfaat pesisir di wilayah Teluk Ambon Dalam. Sedangkan sampel adalah bagian kecil dari himpunan unit observasi yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan oleh suatu studi dan penelitian meliputi sejumlah elemen (responden), dimana semakin besar sampel akan memberikan hasil yang lebih akurat (Supranoto, 1997).

Cara menentukan besarnya sampel yang akan digunakan sebagai sumber data adalah dengan cara proporsional. Selanjutnya untuk mendapatkan sampel minimal dapat digunakan rumus sebagai berikut (Arikunto, 1997) :

$$\text{Rumus } (N = 10\% \times P)$$

Dimana

N = jumlah sampel (minimum)

10% = presentasi sampel

P = populasi masyarakat di masing-masing sektor pemanfaat pesisir

Agar terdapat keterwakilan terhadap populasi yang ada, digunakan beberapa pendekatan antara lain ;

1. Pendekatan wilayah, lokasi Teluk Ambon Dalam digunakan teknik sampel wilayah (area propability sampel), adalah teknik sampling yang dilakukan dengan mengambil wakil dari setiap wilayah yang terdapat dalam populasi (Arikunto,1997). Hal ini didasarkan atas pertimbangan ciri atau karakteristik wilayah dari segi potensi sumberdaya alam pesisir dan kondisi geografis yang hanya ada pada lokasi atau wilayah tersebut. Untuk lokasi Teluk Ambon diambil sampel sebanyak 1 (satu) Wilayah Teluk Ambon Dalam.
2. Distribusi Jenis Pemanfaatan
Distribusi jenis pemanfaatan digunakan untuk mengetahui persebaran dari masing-masing jenis pemanfaatan sehingga dalam penentuan/penyebaran responden dilakukan secara tepat
3. Pendekatan Stratifikasi
Pemilihan sampel dengan stratifikasi dilakukan karena heterogenitas sifat populasi dianggap penting dalam penelitian tertentu. Disamping diperlukan kuota sampling yang dapat merumuskan kontrol atau kuota dari populasi yang berkaitan dengan umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan. Dalam kajian ini yang termasuk dalam aplikasi kuota adalah sebagai berikut :
 - Umur tua dengan usia ≥ 50 tahun, umur sedang 35-50 tahun dan umur muda ≤ 35 tahun
 - Luas lahan pesisir dimiliki ≥ 5 ha, 1 s/d 5 ha, ≤ 1 ha
 - Status pekerjaan (pembudidaya/nelayan/karyawan)

Hasil dari kategori tersebut diatas akan diperoleh informasi dari populasinya dengan bentuk komposisi dengan bentuk sampling dalam persentasi (%).

Metode Analisis Data

Pendekatan metodologis dalam analisis strategis pengembangan pemasaran budidaya ikan kerapu sistem KJA di Teluk Ambon Dalam (TAD) sesuai dengan komponen analisis, luaran dan indikator capaiannya dinyatakan sebagai berikut :

Tabel 1. Komponen Analisis, Luaran dan indikator capaian

Komponen Analisis	Metode Analisis	Keluaran
Kondisi eksisting usaha budidaya ikan kerapu sistem pemasaran	Deskriptif kualitatif	Keragaman eksisting usaha budidaya ikan kerapu
Kelayakan usaha	Analisis sistem pemasaran	sistem dan jalur pemasaran usaha budidaya ikan kerapu
Komponen internal dan eksternal	Analisis kelayakan usaha	Layak tidaknya usaha budidaya ikan kerapu secara finansial
	SWOT	Rekomendasi strategi pengembangan

Analisis Pendapatan Usaha

Kondisi ekonomi usaha budidaya ikan kerapu system KJA terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan seperti biaya tetap, biaya variabel, penerimaan berdasarkan hasil produksi terhadap pendapatan. Menurut Prabowo, 1991 dalam Talakua, 2006 keuntungan atau laba yang diperoleh dapat dianalisa sebagai berikut :

a. Total biaya (Total Cost)

Total cost merupakan penjumlahan seluruh biaya yang dikeluarkan, baik untuk fixed resource maupun variabel resources. Atau Total Cost adalah jumlah *fixed cost* dan *variabel cost*

b. Total Penerimaan (Total Revenue)

Total Revenue adalah penerimaan total yang diterima oleh produsen dari penjualan outputnya

c. Laba (Profit)

Pendapatan adalah selisih antara total penerimaan dan total pengeluaran. Penerimaan total adalah nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu. Pengeluaran total usaha adalah semua nilai input yang dikeluarkan dalam proses produksi

d. Biaya Penyusutan

Biaya penyusutan merupakan metode perhitungan biaya penyusutan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode Straight-line.

Analisa Sistem Pemasaran

Analisa deskriptif kualitatif dilakukan untuk mengkaji bentuk saluran dan lembaga pemasaran, serta fungsi pemasaran, dengan pembagian sebagai berikut

a. Bentuk saluran pemasaran dikaji dengan mengidentifikasi berapa banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran

b. Fungsi lembaga pemasaran dikaji terhadap fungsi-fungsi pemasaran yang dijabarkan oleh Hanafi dan Saefudin (1989). Penilaian yang digunakan adalah “sulit” dan “tidak sulit” dalam pelaksanaan fungsi. Fungsi-fungsi tersebut adalah :

1. Fungsi pertukaran: penjualan dan pembelian
2. Fungsi pengadaan secara fisik: pengangkutan dan penyimpanan
3. Fungsi pelancar: permodalan, penanggung resiko, standarisasi dan grading, serta informasi pasar

Analisa Kelayakan Usaha

a. Break Even Point (BEP)

Penentuan break even point didasarkan pada pemasaran penjualan dengan total biaya. Adapun perhitungan BEP adalah sebagai berikut :

$$\text{BEP HARGA} = \frac{F}{1 - \left(\frac{VC}{S}\right)}$$

$$\text{BEP PRODUKSI} = \frac{F}{P - V}$$

Dimana :

F = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel Total

S = Total Penjualan

V = Biaya variabel per Unit

P = Harga

(Sumber : Nasarudin, 2012)

b. Benefit Cost Ratio (B/C)

Untuk menghitung B/C ratio dapat digunakan formula berikut :

$$\frac{B}{C} = \frac{PVBenefit}{PVCost}$$

Dimana :

B/C = Benefit/Cost ratio

PV Benefit = Present Value dari benefit

PV Cost = Present Value dari cost

Penilaian kelayakan finansial berdasarkan Net B/C Ratio, yaitu :

- Net B/C Ratio >1, maka usaha layak atau dapat dilaksanakan
- Net B/C Ratio =1, maka usaha impas antara biaya dan manfaat sehingga terserah kepada pengambil keputusan untuk dilaksanakan atau tidak.
- Net B/C ratio <, maka tidak layak atau tidak dapat dilaksanakan

(Sumber: Nasarudin, 2012)

c. Payback Period (PP)

Payback Period adalah waktu yang dibutuhkan atas suatu investasi yang menghasilkan cash flow yang dapat menutupi biaya investasi yang dikeluarkan. Sebuah investasi diterima/layak jika payback period lebih rendah daripada waktu yang dipersyaratkan (Nasarudin, 2012).

Formulasi perhitungannya sebagai berikut :

$$\text{Payback period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria penilaian payback period lebih pendek waktunya dari maximum payback period-nya, maka usulan investasi dapat diterima (Didit dan Triani, 2009).

Analisis kualitatif

Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisa fenomena yang terjadi di wilayah studi, analisa ini menggunakan metode wawancara, observasi lapangan dan studi terkait. Sedangkan untuk mendapatkan strategi digunakan metode analisa SWOT.

Analisa SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisa ini didasarkan kepada logika memaksimalkan Strength dan Opportunity, namun juga dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Analisa SWOT tepat digunakan untuk mengkaji data, mengevaluasi, menganalisa kondisi dan karakter sosial, ekonomi, lingkungan wilayah teluk.

Dalam kaitannya dengan studi ini, dapat diidentifikasi dengan jelas unsur-unsur internal dan eksternalnya. Analisis unsur internal dilakukan dengan pendekatan potensi daerah studi yang meliputi analisis sumberdaya wilayah pesisir sumberdaya manusia, struktur dan iklim usaha, infrastruktur, nilai social dan budaya dan kebijakan/regulasi. Sedangkan unsur-unsur eksternal (opportunities dan threats) mengarahkan pada strategi industri yang dikaji lebih lanjut melalui analisis skenario prioritas, keunggulan dan daya saing, infrastruktur ekonomi, inovasi teknologi, investasi, analisis, aliansi kemitraan, serta pasar lokal dan global.

Berdasarkan hasil penelusuran masing-masing unsur SWOT diatas, selanjutnya dilakukan beberapa tahapan hingga pengambilan keputusan adalah tahapan analisis. Adapun tahapan analisis yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan yaitu :

1. Pengambilan data yaitu evaluasi faktor eksternal dan faktor internal
2. Tahapan analisis yaitu pembuatan matrik internal-eksternal dan matriks SWOT

Tabel 2. Diagram Matriks SWOT

Faktor Internal	Strength (S) Menentukan beberapa faktor kekuatan internal	Weakness (W) Menentukan beberapa faktor kelemahan internal
Faktor Eksternal	Strategi (SO) Menciptakan situasi yang menggunakan kekuatan, untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Opportunity (O) Menentukan beberapa faktor peluang eksternal		
Treaths (T) Menentukan beberapa faktor ancaman eksternal	Strategi (ST) Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2008

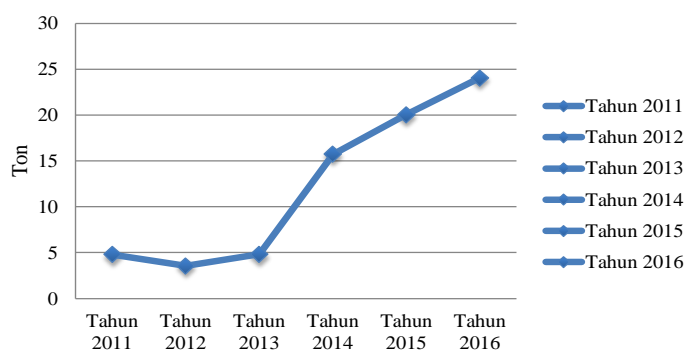
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan usaha budidaya ikan keramba jaring apung di Teluk Ambon Dalam memberikan dampak positif berupa penciptaan lapangan kerja baru dan peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Hal ini dapat terlihat dari hasil panen kelompok-kelompok nelayan Desa Waiheru, Desa Latta, Desa Lateri yang hasilnya diatas 1 ton/tahun sehingga sampai ekspor ke Hongkong. Jenis ikan yang dibudidayakan di perairan teluk Ambon adalah ikan kerapu, ikan baronang (BBL,2009).

Tabel 3. Produksi perikanan budidaya laut ikan kerapu di kota Ambon

No	Komoditas	Produksi Perikanan Budidaya (Ton)						Jumlah
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	
1	Ikan Kerapu	4.8	3.56	4.81	15.73	20.04	24.04	72.98
	Jumlah	4.8	3.56	4.81	15.73	20.04	24.04	72.98

Sumber : (Dinas Kelautan Provinsi Maluku, 2017)



Gambar 2. Diagram produksi perikanan budidaya di Teluk Ambon Dalam

Produksi perikanan khususnya budidaya laut jenis ikan kerapu di kota Ambon mengalami peningkatan produksi. Hal ini dapat dilihat dari tabel data produksi (table 5), dengan dasar inilah peluang usaha pada pengembangan usaha budidaya ikan kerapu sangat menjanjikan asalkan dilaksanakan sesuai dengan Standar Cara Budidaya Ikan yang Baik (CBIB).

Usaha Budidaya Ikan Kerapu

a. Asal Modal

Hampir seluruh responden mengakui bahwa modal awal mereka menjalankan usaha ini berasal dari modal sendiri. Umumnya responden memanfaatkan modal atau asset pribadi ataupun ada juga yang mengusahakan pinjaman dari Bank untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka. Setelah beberapa tahun usaha ini berjalan, seiring dengan meningkatnya perhatian pemerintah bagi pengembangan kegiatan budidaya, maka ada di antara responden yang kemudian mendapatkan bantuan modal usaha dari pemerintah.

Motivasi menjalankan usaha ini ada yang dating dari inisiatif sendiri, ada yang dating dari inisiatif bersama sebagai kelompok, ada yang merupakan hobby yang kemudian dikembangkan secara positif, ada yang mendapatkan pengalaman dari usaha orang tua yang sudah berjalan sebelumnya, namun ada juga yang terdorong dari fasilitator budidaya. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi bias dating dari mana saja, yang penting adalah bagaimana seseorang merespon motivasi tersebut agar tidak hanya sebatas menjadi sebuah mimpi, tetapi harus dicapai lewat aksi nyata.

b. Bentuk Usaha

Dari ke 11 responden yang diteliti, diketahui usaha budidaya ikan kerapu ini ada yang merupakan usaha individu, ada yang merupakan usaha kelompok, namun ada juga yang merupakan usaha keluarga.

Enam responden (54,55%) mengaku bahwa usaha yang mereka geluti adalah usaha kelompok, empat responden mengakui bahwa usaha mereka merupakan usaha pribadi (36,36%) sementara hanya satu orang responden (9,09%) yang menyatakan bahwa usaha budidaya kerapu yang dikembangkan merupakan usaha keluarga.

Struktur manajemen organisasi dimiliki oleh bentuk usaha kelompok. Struktur organisasi yang dimiliki yaitu Ketua, Sekretaris, Bendahara dan Anggota. Hampir semua kelompok mengakui bahwa dinamisasi kelompoknya begitu tinggi sehingga setiap anggota kelompok terlibat bersama secara aktif. Hanya ada satu kelompok yang menyatakan bahwa tidak semua anggota kelompoknya yang terlibat aktif dalam kegiatan budidaya ikan kerapu ini.

Metode Budidaya

a. Jenis Ikan Kerapu Yang Dibudidayakan

Jenis ikan kerapu yang dibudidayakan terdiri dari dua jenis yaitu ikan kerapu bebek atau sering juga disebut sebagai kerapu tikus (*Cromileptes altivelis*) dan kerapu macan (*Epinephelus fuscoguttatus*). Kerapu bebek dalam perdagangan internasional dikenal dengan nama *polka-dot grouper* atau *hump-backed rocked*. Ciri-cirinya yaitu mempunyai tubuh agak pipih dengan warna dasar abu-abu dan terdapat bintik hitam. Pada ikan muda, bintik tersebut lebih besar dan lebih sedikit jumlahnya. Karena warnanya yang menarik tersebut, ikan ini kadang-kadang ditempatkan di akuarium sebagai ikan hias.

Kerapu bebek tergolong ikan buas (predator) yang memangsa ikan-ikan dan hewan-hewan kecil lainnya. Hidup di perairan karang dan dapat ditangkap dengan menggunakan pancing, bubu dan jaring insang. Harga kerapu tikus di pasar domestik saat ini mencapai Rp 250.000 – 300.000,-/kg di tingkat produsen dan merupakan jenis ikan termahal.

Sementara kerapu macan bentuknya seperti kerapu lumpur, tetapi badannya agak lebih tinggi. Bintik-bintik pada tubuh gelap dan rapat. Sirip dada berwarna kemerahan dan sirip-sirip yang lain mempunyai tepi coklat kemerahan.

Ikan kerapu macan hidup di daerah karang sehingga biasa disebut sebagai kerapu karang. Dalam dunia perdagangan internasional dikenal dengan nama *flower* atau *Carpod cod*. Kerapu jenis ini berhasil dipijahkan di bak-bak terkontrol. Ikan kerapu macan dapat ditangkap dengan menggunakan bubu, jaring insang, pancing, bagan dan jarong sodo. Harga kerapu macan di pasar domestik antara Rp. 90.000 – 120.000/kg.

Alasan responden memilih kedua jenis ini adalah karena harga jual tinggi, benih mudah diperoleh, tahan penyakit, mudah dibudidayakan, dan harga benih yang murah. Alasan responden tentang harga jual yang tinggi tentunya dimaksudkan untuk jenis kerapu bebek. Bibit ikan yang dibudidaya disuplai dari BPBL dan Waiheru, Ambon dan BPBL Situbondo. Kisaran harga benih yaitu Rp. 1.200 – 1.600/cm.

b. Metode Budidaya yang Digunakan

Metode budidaya yang digunakan yaitu Metode Keramba Jaring Apung (KJA). Keramba jaring Apung (KJA) adalah salah satu wadah budidaya ikan yang cukup ideal, yang ditempatkan di badan air. Satu unit KJA terdiri atas bagian-bagian yang berupa rakit, pelampung, pemberat, jangkar, keramba/kantong jaring dan gudang/rumah jaga.

Ada beberapa macam ukuran KJA yang digunakan dalam pemeliharaan ikan dimulai dari yang kecil hingga yang besar. Ukuran yang umum digunakan yaitu 6x6 m, 7x7 m, 8x8 m atau 10x10 dan ukuran petakan pemeliharaan keramba 3x3x3 m. Ukuran mata jaring (mesh size) disesuaikan dengan ukuran ikan yang dipelihara, dengan patokan tidak melebihi jarak kedua mata ikan (Gufran dan Kordi, 2005).

Informasi tentang penggunaan metode KJA dalam budidaya ikan kerapu ini bervariasi asalnya. Ada responden yang mengakui asalnya dari pengalaman sendiri/membaca buku, ada yang diperoleh dari *sharing* dengan pembudidaya lain dan ada yang mendapatkannya dari fasilitator/penyuluh. Semua responden mengakui bahwa penggunaan metode ini cukup baik, namun yang menjadi kendala utama adalah saat musim berombak, KJA sangat rawan rusak. Oleh karenanya memerlukan perhatian dalam perawatannya.

Analisis Sistem Pemasaran

Umumnya ikan kerapu pemasarannya akan melalui pedagang, pengumpul, atau agen. Jalur perdagangan ini akan semakin panjang untuk skala ekspor karena penyertaan eksportir, importer pedagang besar, agen, ataupun pedagang pengecer. Setiap pelaku dalam jalur pemasaran ini akan mengambil keuntungan. Harga ikan kerapu pun bervariasi/kg, tergantung dari panjang pendeknya jalur pemasaran serta kualitas dari ikan kerapub tersebut. Dalam pemasaran ikan kerapu di Kota Ambon dapat dibedakan atas pasar dalam negeri atau local dan pasar luar negeri atau ekspor. Apapun bentuk pasar yang dipilih, pemasaran akan berhasil baik kalau kualitas dan kuantitasnya memungkinkan.

a. Pemasaran Dalam Negeri

Pemasaran ikan kerapu sebenarnya tidak mengalami masalah yang berarti, akan tetapi permasalahan itu muncul ketika lokasi budidaya itu jauh dari pedagang pengumpul dan produksinya relative sedikit. Untuk pasar lokal yang dekat dan jumlah produksinya banyak umumnya jalur pemasarannya adalah produsen-pengumpul-agen-pedagang pengecer-konsumen atau produsen-pengumpul-pedagang pengecer-konsumen. Jalur yang pendek tentunya tentu menyebabkan biaya transportasi dan biaya rugi laba akan lebih kecil, sehingga harga di pengumpul dan konsumen juga rendah, hanya saja penyerapan pasar local untuk ikan kerapu konsumsi masih sangat rendah karena belum membudaya. Diperkirakan pasar lokal baru menyerap sekitar 5% dari produksi yang ada.

Untuk pemasaran dalam negeri ikan kerapu di Kota Ambon, jalur pemasarannya adalah produsen-pembeli/pengumpul-konsumen. Dari saluran pemasaran yang terbentuk di atas maka dapat dikatakan bahwa, saluran pemasaran ini termasuk pada saluran pemasaran Dua Tingkat.

b. Pemasaran Luar Negeri

Pasar yang lebih banyak jalurnya untuk tiba ke konsumen serta dalam wilayah yang lebih luas dan potensial adalah pasar luar negeri. Untuk mendapatkan pasar luar negeri ini, diperlukan proses yang panjang dengan pengetahuan dan wawasan yang luas, terutama tentang perilaku dan permintaan pasarnya. Proses tersebut meliputi pengetahuan potensi pasar di tiap wilayah atau Negara, jalur perdagangan dan jaringan yang ada di suatu Negara saat ini, cara menarik atau mencari pembeli, kualitas, jenis, jumlah kebutuhannya serta pengemasan dan transportasi.

Permintaan akan ikan karang terutama kerapu sangat meningkat dalam dua dekade terakhir. Volume ikan hidup yang diperdagangkan di kawasan ini diperkirakan 53.000 ton, 30.000 diantaranya adalah jenis kerapu. Sekitar 65% diantaranya diserap atau diperdagangkan di Hongkong dan Cina Daratan dengan nilai hampir setengah milyar dolar Amerika (Johannes and Riepen 1995; Lau and Parry-Jones 1999; Pawiro 2002) dalam Achmad 2003). Sekitar dua pertiga kebutuhan tersebut dipenuhi dari tangkapan, sisanya dari budidaya. Ikan karang hidup diimpor ke Hongkong ternyata sebagian besar disalurkan ke Cina Daratan, yang merupakan pasar terbesar.

Estimasi proporsi ikan karang hidup impor Hongkong yang dipasarkan ke Cina bervariasi antara 10-205% (Lau and Parry-Jones, 1999) sampai dengan 55-60% (Chan, 2000). Pasar berikutnya adalah Taiwan, namun demikian jumlahnya semakin menurun karena Taiwan sudah mulai menggiatkan budidaya untuk memenuhi kebutuhan lokal. Pemasok utama ikan karang hidup ke Hongkong adalah Indonesia, Philippines, Australia, Maldives, Vietnam, Malaysia, Thailand (Graham, 2001). Indonesia juga dikenal sebagai pemasok utama ikan karang hidup yang berasal dari tangkapan alam yaitu sekitar 50%, bahkan di tingkat Asia Tenggara 60% pasokan ikan karang hidup dari tangkapan alam dihasilkan oleh Indonesia.

Analisis Kelayakan Usaha

Kegiatan usaha merupakan kegiatan yang dapat direncanakan dan dilaksanakan dalam suatu kesatuan dengan sumberdaya-sumberdaya yang dimiliki baik sebagian maupun seluruhnya yang dikorbankan dari penggunaan masa sekarang untuk memperoleh manfaat di masa depan. Kegiatan usaha budidaya termasuk kegiatan yang

berorientasi pada keuntungan. Analisa usaha oada usaha pembesaran kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam meliputi analisa pendapatan usaha, analisa *Payback Period* (PP) dan analisa *Break Even Point* (BEP).

a. Analisis Keuntungan

Analisa pendapatan usaha digunakan untuk menghitung besarnya keuntungan yang diperoleh pada usaha pembesaran kerapu macan dan kerapu bebek. Pada analisis pemebesaran kerapu macan dan bebek ini, biaya yang harus dikeluarkan pembudidaya dibagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Usaha pembesaran kerapu macan membutuhkan biaya sebesar Rp. 13.651.333,- dengan total penerimaan Rp.32.400.000,- sehingga keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 18.748.667,-. Sedangkan untuk usaha pembesaran kerapu bebek membutuhkan biaya sebesar Rp. 21.401.0333 dengan total penerimaan Rp. 54.810.000, sehingga keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 33.406.667,00. Perhitungan dilakukan dengan asumsi satu tahun terdapat satu musim sebab lama pemeliharaan kerapu macan membutuhkan waktu 9 bulan dan lama pemeliharaan kerapu bebek adalah 12 bulan.

b. Analisis Imbangan Penerimaan dan Biaya

Analisa ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana manfaat yang diperoleh dari kegiatan usaha selama periode tertentu cukup menguntungkan. Pada penelitian ini untuk usaha pembesaran kerapu macan diketahui nilai B/C menunjukkan angka 2,37. Sedangkan untuk usaha pembesaran kerapu bebek pada penelitian ini nilai B/C menunjukkan angka 2,56 yang artinya bahwa setiap Rp. 1,00 biaya yang dikeluarkan pada usaha pembesaran kerapu bebek akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 1,56. Nilai B/C yang lebih dari satu menunjukkan bahwa suatu usaha layak untuk dijalankan.

c. Analisis Payback periode (PP)

Analisa *Payback period* (PP) bertujuan untuk mengetahui seberapa cepat investasi yang ditanamkan pada usaha budidaya kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam ini dapat kembali. Pada usaha pembesaran kerapu macan nilai PPnya menunjukkan nilai 0,65 tahun yang artinya modal yang dikeluarkan dapat kembali dalam 0,65 tahun. Sedangkan pada usaha pembesaran kerapu bebek nilai PPnya menunjukkan 0,37 tahun yang berarti bahwa modal yang dikeluarkan dapat kembali dalam 0,37 tahun yang artinya modal dapat dikembalikan dalam 0,37 tahun.

d. Analisis Break Even Point (BEP)

Break Even Point (BEP) merupakan suatu nilai dimana hasil penjualan output sama dengan biaya produksi. Pada kondisi aktual break event point ini pengusaha mengalami impas. Perhitungan BEP ini digunakan untuk menentukan batas minimum produksi untuk usahabudidaya kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam. Nilai BEP untuk usaha pembesaran kerapu macan adalah sebesar Rp. 37.920,00 dan nilai BEP kerapu bebek menunjukkan 136.662,00 yang berarti titik impas untuk usaha pembesaran kerapu macan terjadi pada saat produksi ikan yang dihasilkan sebesar 151,68 kg dengan harga ikan kerapu macan sebesar Rp. 37.920,00 per kg. Sementara titik impas untuk usaha pembesaran kerapu bebek terjadi pada saat produksi ikan yang dihasilkan sebesar 61,15 kg denga harga ikan kerapu bebek sebesar Rp. 136.662,00 per kg. Pada kondisi ini pembudidaya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menanggung kerugian.

e. Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Budidaya Ikan Kerapu

Strategi pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang dirumuskan dalam analisa SWOT.

Faktor-faktor Strategi Internal

Analisa pada faktor internal untuk strategi pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu di perairan TAD mencakup kekuatan dan kelemahan untuk menentukan pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu ke depan. Hasil identifikasi strategi kekuatann yang dimiliki yaitu

1. Pendeknya saluran pemasaran.

Pendeknya saluran pemasaran akan mempermudah ikan kerapu sampai pada konsumen industri atau eksportir, selain itu akan menekan biaya pemasaran, harga jual dapat dijangkau oleh pedagang pengumpul/konsumen industri atau eksportir serta keuntungan pemasaran tidak dinikmati oleh lembaga pemasaran lain.

2. Usaha ini layak di lanjutkan

Berdasarkan analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan, tingkat pengembalian modal pada usaha budidaya ikan kerapu cukup baik, dengan jangkakan waktu pengembalian 0,65 tahun dan 0,37 tahun. Usaha ini adalah baik untuk dilanjutkan. Berdasarkan analisis imbangan penerimaan dan biaya juga, terlihat bahwa usaha ini menguntungkan secara finansial.

3. Usaha sejenis yang berlokasi di TAD

Pemenuhan jumlah produksi ikan kerapu dari hasil kegiatan budidaya di KJA yang harus mencapai 1 ton per sekali pengiriman, memungkinkan dapat terpenuhi dengan adanya beberapa pembudidaya yang melakukan pembesaran ikan kerapu di KJA. Dengan kata lain usaha sejenis ini membantu ketersediaan permintaan oleh pembeli/pedagang pengumpul.

4. Kondisi perairan Teluk Ambon Dalam (baik fisik, kimia dan biologi) yang masih mendukung pengembangan kegiatan budidaya ikan kerapu

Kesesuaian habitat/tempat hidup menjadi mutlak bagi keberlanjutan upaya pembesaran organisme dalam hal ini ikan kerapu. Seperti halnya organisme lainnya, ikan kerapu juga tentu memiliki preferensi kondisi lingkungan untuk hidup dan berkembang. Berdasarkan hasil penelitian yang relevan, menunjukkan bahwa kondisi perairan Teluk Ambon Dalam masih mendukung bagi tersedianya habitat ikan kerapu.

Sementara faktor strategis kelemahan yang dari strategi pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam adalah :

1. Monopoli pasar yang dilakukan oleh pedagang/pengumpul

Belum banyaknya pedagang pengumpul ikan kerapu di Kota Ambon menjadikan kondisi eksiting pedagang pengumpul ikan kerapu di Kota Ambon sebagai pedagang pengumpul tunggal. Hal ini menyebabkan lahirnya sistem monopoli sehingga pedagang pengumpul dapat dengan leluasa menentukan harga ikan kerapu.

2. Ketersediaan benih kurang memadai.

Permasalahan yang sering dihadapi pembudidaya di Teluk Ambon Dalam adalah kurangnya ketersediaan benih di BPBL ambon, sehingga pembudidaya membeli di benih di luar pulau Ambon biasanya benih dipesan di BPBL Situbondo.

3. Fungsi pembiayaan, penanggung resiko, standarisasi dan grading, serta informasi pasar yang sulit dijalankan oleh sebagian besar produsen.

Seluruh produsen pembesaran ikan kerapu di Teluk Ambon dalam sulit menjalankan fungsi pembiayaan/permodalan dan penanggung resiko. Hal ini menunjukkan bahwa produsen mengalami kesulitan modal usaha dalam hal ini pembiayaan pemasaran dan produsen sulit mencegah kerugian dalam proses penjualan ikan kerapu dikarenakan lemahnya proses standarisasi dan grading. Keterbatasan produsen memperoleh informasi (terutama informasi harga) dari konsumen industri atau eksportir melemahkan pedagang dalam menentukan harga jual ikan kerapu ke pedagang pengumpul.

Dari faktor-faktor yang telah dijelaskan pada faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Maka akan ditentukan bobot dan rating pada setiap faktor diatas berdasarkan penyebaran kuesioner yang diberikan pada responden. Kemudian bobot akan dikalikan dengan *rating* (peringkat) untuk mendapatkan skor untuk keseluruhan faktor internal (table 14). Terlihat faktor kekuatan merupakan prioritas dengan skor 1,90 lebih besar dari faktor kelemahan dengan skor 1,54.

Tabel 4. Matriks Faktor Strategi Internal Pengembangan Pemasaran Usaha Budidaya Ikan Kerapu di Teluk Ambon Dalam

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Pendeknya saluran pemasaran	0,19	3	0,57
2	Usaha ini layak dilanjutkan	0,19	4	0,76
3	Usaha sejenis yang berlokasi di TAD	0,19	4	0,76
4	Kondisi perairan TAD yang masih mendukung pengembangan kegiatan budidaya ikan kerapu	0,19	3	0,57
Sub Total				2,66
Kelemahan				
1	Monopoli pasar yang dilakukan oleh pedagang pengumpul	0,25	4	1,00
2	Ketersediaan benih kurang memadai	0,15	3	0,45
3	Fungsi pembiayaan, penanggung resiko, standarisasi dan grading serta informasi pasar yang sulit dijalankan oleh sebagian besar produsen	0,18	3	0,54
Sub Total				1,99
Total				4,65

Faktor-faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor strategi eksternal mencakup peluang dan ancaman dalam pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam. Faktor-faktor strategis peluang adalah:

1. Kebijakan pemerintah berkaitan dengan pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu.
Isu over fishing pada perairan Indonesia menyebabkan pemerintah mengencangkan perhatiannya bagi pengembangan usaha budidaya, termasuk budidaya ikan kerapu. Dukungan pemerintah ini dapat berubah penciptaan iklim yang sejuk/sehat dalam berusaha serta berbagai kemudahan dalam berinvestasi.
2. Permintaan pasar yang tinggi tiap tahun
Untuk pasar ekspor, produksi komoditi ikan kerapu Indonesia belum mampu memenuhi permintaan pasar dunia. Dengan demikian peningkatan produksi hingga aktivitas pemasaran ikan kerapu memiliki peluang pengembangan yang besar.
3. Ketersediaan kredit mikro dari lembaga perbankan
Kebijakan pemerintah dalam mendukung pengembangan kegiatan budidaya laut di Indonesia, disambut baik oleh kalangan perbankan dengan memberikan kredit lunak yang diarahkan kepada sejumlah komoditas unggulan termasuk ikan kerapu
4. Pelatihan dan penyuluhan budidaya ikan kerapu
Dinas Perikanan dan Kelautan, FPIK UNPATTI, BPBL Waiheru, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, dan sejumlah lembaga swadaya masyarakat lainnya telah berkomitmen dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, termasuk di dalamnya kegiatan budidaya ikan kerapu.

Sedangkan faktor-faktor strategi ancaman yang dimiliki dalam pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu di perairan Teluk Ambon Dalam adalah:

1. Perubahan harga ikan kerapu di pasaran
Harga ikan kerapu di pasar selalu berfluktuasi, naik turunnya harga dapat terjadi dalam jangka pendek dan jangka panjang. Pada saat musim produk melimpah harga rendah, sebaliknya pada saat tidak musim harga meningkat drastis. Keadaan tersebut menyebabkan pembudidaya sulit dalam melakukan perencanaan, begitu juga dengan pedagang sulit dalam memperkirakan permintaan.
2. Peningkatan biaya pemasaran akibat naiknya harga bahan bakar minyak.
Kebijakan pemerintah pusat dalam menaikkan harga bahan bakar minyak mempengaruhi seluruh aktivitas perekonomian, tidak terkecuali untuk usaha budidaya ikan kerapu. Hal ini akan lebih memberatkan produsen ataupun pedagang pengumpul yang terlibat dalam pemasaran ikan kerapu karena naiknya biaya transportasi.
3. Pencemaran Perairan Laut Lokasi Budidaya
Pencemaran perairan oleh sampah dari aktivitas masyarakat meresahkan pembudidaya ikan kerapu. Hal ini dapat mengganggu jumlah produksi ikan kerapu yang diperoleh dikarenakan lambatnya pertumbuhan ikan kerapu karena terkena penyakit.

Faktor-faktor peluang dan ancaman dalam faktor strategi eksternal yang telah diuraikan di atas kemudian ditentukan bobot dan *rating* (peringkat) pada setiap faktor oleh responden, dan dikalikan keduanya untuk mendapatkan skor pada masing-masing faktor peluang dan ancaman serta dijumlahkan keduanya untuk memperoleh skor keseluruhan faktor eksternal (table 5). Terlihat faktor peluang merupakan prioritas dengan skor 2,672 lebih besar dari faktor ancaman dengan skor 0,966.

Table 5. Matriks Faktor Strategi Eksternal Pengembangan Pemasaran Usaha Budidaya Ikan Kerapu di Teluk Ambon Dalam

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Kebijakan pemerintah berkaitan dengan pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu	0,14	4	0,56
2	Permintaan pasar yang tinggi tiap tahun	0,12	4	0,48
3	Ketersediaan kredit mikro dari lembaga perbankan	0,12	3	0,36
4	Pelatihan dan penyuluhan budidaya ikan kerapu	0,12	3	0,36
Sub Total				1,76
Ancaman				
1	Perubahan harga ikan kerapu di pasaran	0,14	4	0,56
2	Peningkatan biaya pemasaran akibat naiknya harga bahan bakar minyak	0,12	3	0,36
3	Pencemaran perairan laut lokasi budidaya	0,12	3	0,36
4	Sering terjadi pencurian di malam hari	0.15	1	0.15
				1,48
Total				3,24

Setelah melakukan analisis pada faktor strategi internal dan eksternal maka faktor-faktor tersebut dimasukkan dalam matriks SWOT dan merumuskan alternatif strategi peluang dan ancaman maupun kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha budidaya ikan kerapudi perairan TAD. Matriks SWOT dapat terlihat pada lampiran (16). Maka diperoleh empat strategis pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu di perairan TAD antara lain:

1. **Strategis SO (strengths-Opportunities)**
Rumusan strategis ini digunakan pada kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dengan strategis yang dihasilkan adalah sebagai berikut :
 - a. Meningkatkan kapasitas Produksi Ikan Kerapu. Dengan adanya usaha sejenis yang berlokasi di Teluk Ambon Dalam memungkinkan dapat memenuhi jumlah produksi kontinyu yang diharapkan oleh pembeli
 - b. Meningkatkan dan mempertahankan mutu produk ikan kerapu, penanganan ikan kerapu pada saat panen harus tetap dipertahankan guna memenuhi kualitas mutu ikan saat di jual.
2. **Strategis ST (Strenghts-Threats)**
Rumusan dari strategi ini meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang yang tersedia. Dengan strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:
 - a. Kebijakan pemerintah daerah melalui Keputusan Walikota/Gubernur tentang harga ikan kerapu di tingkat produsen atau pedagang pengumpul, biaya distribusi/pengiriman ikan kerapu lewat alat transportasi laut, serta standarisasi kualitas ikan kerapu di tingkat daerah, dan penyediaan informasi pasar ikan kerapu, perlu untuk dilakukan.
 - b. Sosialisai dan Produsen (Nelayan Pembudidaya) bersama Instansi terkait tentang pentingnya kebersihan dan keamanan lokasi budidaya.
 - c. Menghindari penebaran benih pada muism penghujan, hal ini dilakukan untuk menghindari tingkat kematian (mortalitas rate) yang tinggi karena menurunnya kualitas air.
3. **Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)**
 - a. Menjalankan fungsi penjualan dan penyimpanan (penentuan harga dalam transaksi) sebaik mungkin komoditi ikan kerapu yang siap untuk dipasarkan pada waktu tertentu demi mendapatkan harga terbaik bagi produsen dan pedagang pengumpul
 - b. Mempertahankan dan membina hubungan bisnis yang baik (komunikasi, saling percaya, keterbukaan atas kualitas produk) dengan saluran pemasaran (lembaga pedagang pengumpul) yang ada sekarang.
 - c. Mengoptimalkan produksi benih di BPBL ambon. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan harga benih yang lebih murah dan dapat memenuhi ketersediaan benih bagi pembudidaya.
4. **Strategi WT (Weaknesses-Threats)**
Rumusan dalam strategi ini adalah untuk meminimalkan kelemahan dengan cara menghindari ancaman yang ada. Dengan strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:
 - a. Penyediaan informasi pasar tentang harga dan peningkatan pengetahuan tentang standarisasi dan grading di tingkat produsen dan pedagang pengumpul agar dapat mengantisipasi perubahan harga ikan kerapu di pasar;
 - b. Efisiensi terhadap pengeluaran pembiayaan pemasaran perlu dilakukan untuk kegiatan transportasi/pengiriman penanggung resiko, standarisasi dan grading, serta informasi pasar di tingkat produsen dan pedagang pengumpul.

- c. Mengantisipasi kekurangan benih yang tersedia di BPBL ambon dengan memesan benih dari luar, misalnya dari BPBL Situbondo.

Dari hasil analisis strategi dalam pengembangan usaha budidaya ikan kerapu sistem KJA di Teluk Ambon Dalam, maka dirumuskan strategi pengembangan sebagai berikut:

1. Kebijakan pemerintah (khususnya pemerintah daerah tingkat provinsi dan kabupaten) diarahkan ke aspek pemasaran ikan kerapu di perairan Teluk Ambon dan penetapan harga ikan melalui keputusan Kepala Daerah
2. Memfasilitasi akses permodalan melalui kredit mikro diberikan pada pembudidaya ikan dalam pengembangan usahanya;
3. Pelatihan dan penyuluhan dilakukan untuk memperkuat posisi tawar menawar harga, dan memperbaiki fungsi pembiayaan, penanggung resiko, standarisasi dan grading serta informasi pasar di tingkat produsen dan pedagang pengumpul;
4. Sosialisasi dari produsen atau nelayan pembudidaya ikan kerapu pada desa-desa di kawasan Teluk Ambon Dalam, bersama instansi pemerintah kepada penduduk di sekitar areal budidaya terkait tentang pentingnya menjaga kebersihan, serta keamanan perairan lokasi budidaya untuk menunjang proses kegiatan budidaya ikan kerapu;
5. Mempertahankan dan membina hubungan bisnis yang baik (komunikasi, saling percaya, keterbukaan atas kualitas produk) antar pembudidaya ikan dan pemebel.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu :

1. Kondisi kualitas perairan TAD masih mendukung pengembangan kegiatan budidaya ikan kerapu
2. Pemasaran dalam negeri ikan kerapu di Kota Ambon, termasuk pada saluran pemasaran dua Tingkat dengan jalur pemasarannya yaitu produsen-pembeli pengumpul-konsumen
3. Hasil analisis kelayakan usaha menyatakan bahwa usaha budidaya ikan kerapu layak untuk dilanjutkan dengan nilai Ratio B/C kerapu macan Rp. 2,37 dan kerapu bebek Rp. 2,56 (Net B/C Ratio >1, maka usaha layak atau dapat dilaksanakan).; nilai PP kerapu macan sebesar 0,65 dan kerapu bebek 0,37; BEP harga kerapu macan Rp. 37.920,- BEP harga kerapu bebek sebesar Rp. 136.66,- BEP produksi kerapu macan 151,68 kg dan BEP produksi kerapu bebek 61,51 kg.
4. Dirumuskan 15 strategi pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu di perairan TAD dan yang menjadi prioritas pada faktor internal adalah kekuatan yaitu ; pendeknya saluran pemasaran, usaha ini layak dilanjutkan, usaha sejenis yang berlokasi di TAD, kondisi perairan TAD yang masih mendukung pengembangan kegiatan budidaya ikan kerapu. Pada faktor eksternal peluang merupakan prioritas utama yaitu; kebijakan pemerintah tentang pengembangan pemasaran usaha budidaya ikan kerapu, permintaan pasar yang tinggi tiap tahun, ketersediaan kredit mikro dari lembaga perbankan, pelatihan dan penyuluhan budidaya ikan kerapu dengan 5 strategi prioritas diantaranya : Kebijakan pemerintah mengenai aspek pemasaran ikan kerapu di perairan Teluk Ambon dan penetapan harga, permodalan melalui kredit mikro diberikan pada pembudidaya ikan dalam pengembangan usahanya, sosialisasi penyuluh dalam hal harga, fungsi pembiayaan, penanggung resiko, standarisasi dan grading serta informasi pasar di tingkat produsen dan pedagang pengumpul, sosialisasi tentang pentingnya menjaga kebersihan, serta keamanan perairan lokasi budidaya untuk menunjang proses kegiatan budidaya ikan kerapu, serta Mempertahankan dan membina hubungan bisnis yang baik antar pembudidaya ikan dan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Adibrata, S ; Mohammad M.K dan Ferdinan Y, 2013. Daya dukung lingkungan untuk Budidaya Ikan Kerapu (Family Serranidae) di Perairan Pulau Pongok Kabupaten Bangka Selatan. *Jurnal Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil* Volume 2 Nomor 1. Himpunan Ahli Pengelolaan Indonesia (HAPPI), Jakarta.
- Atmoko, Gus Dwi. 2006. *Analisa Kelayakan Usahatani Pembesaran dan Pemasaran Ikan mas (Cyrinus Caprio) Budidaya karamba jaring Apung*. Skripsi. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Bogor. IPB Bogor
- Arikunto, Suharsimi, 1997. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta
- Bengen, Dietrich G, 2002. *Ekosistem dan Sumberdaya Alam Pesisir*. IPB Bogor
- Dahuri R. 2002. *Paradigma Baru Pembangunan Indonesia Berbasis Kelautan*. Orasi Ilmiah. Institut Pertanian Bogor.
- Data sekunder produksi budidaya laut Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Maluku, 2004
- Data Hasil Produksi Budidaya Laut Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Ambon, 2015
- Data sekunder triwulan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Ambon, 2015

- Data sekunder hasil produksi budidaya laut Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Maluku, 2016
- Departemen Kelautan dan Perikanan. 2005. Statistik Kelautan dan Perikanan
- Gufnan, M.H. Kordi, 2005. Budidaya Ikan Laut di Karamba Jaring Apung.
- Hanafiah dan Saefuddin, 1983. Tata Niaga Hasil Perikanan. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta
- Herlina, Dewi .2006. Kajian Kelayakan Usaha Pendederan dan Penggelondongan Ikan Kerapu Macan di Balai Budidaya Laut (BBL) Pulau Semak Daun Kabupaten Administrasi Pulau Seribu Provinsi DKI Jakarta. Skripsi.Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. IPB Bogor
- [http:// ambon.ekspress.com/2015/06/ 10/ harga – ikan – segar – di – ambon – melonjat/](http://ambon.ekspress.com/2015/06/10/harga-ikan-segar-di-ambon-melonjat/), 2015
- Juanti, F., Jumiat, A., Santoso, E., 2014.*Economic Landscape* Sub Sektor Perikanan Pada Perekonomian Kabupaten Sidoarjo : Model Input Output dan *Analytical Hierarchy Process*, (Online), *e-journal* Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Vol. 1 (1) : 42-52, diakses 15 Juni 2014.
- Lembaga Administrasi Negara, 2008 Kajian dan Strategi Sumberdaya Alam Pesisir
- Lembaga Administrasi Negara, 2008. Teknik-Teknik Analisa Manajemen. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Mantra, 1989. Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Jakarta
- Maulana. Andi Budi, 2003. Analisa Kelayakan usahatani Pembesaran dan Pemasaran ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) Budidaya karamba Jaring Apung.Skripsi.Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian.Fakultas Pertanian IPB Bogor.
- Monintja D. 2001. Pemanfaatan Sumberdaya Pesisir Dalam Bidang Perikanan Tangkap. Prosiding Pelatihan Pengelolaan Wilayah Pesisir Terpadu. Pusat Kajian Sumber Daya Pesisir, Institut Pertanian Bogor.
- Neil Borden, 1960. The Concept of Marketing Mix.Harvard Bussiness School.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan.2012. Rencana Strategis Kementerian Kelautan Dan Perikanan 2012 – 2014. Jakarta
- Kotler. Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Indeks. Jakarta
- Rangkuti Freddy, 2008.Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Selanno, DAJ. 2009. Analisis Hubungan Beban Pencemaran dan Konsentrasi Limbah Sebagai Dasar Pengelolaan Kualitas Lingkungan Perairan Teluk Ambon Dalam.Desertasi .IPB. Bogor
- Subyakto, R. dan S. Cahyaningsih. 2003. Pembenuhan Kerapu Skala Rumah Tangga. PT Agromedia Pustaka, Depok.
- Supranto, 1977. Metode Riset Jakarta
- Syahidin, A. 2006. Studi Kebijakan Pembangunan Berbasis Sektor Unggulan : Kabupaten Kebumen Provinsi Jawa Tengah. Tesis tidak dipublikasikan. Bogor: Pascasarjana Institut Pertanian Bogor