

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN KOTA BOGOR TERHADAP PRODUK KOSMETIK HIJAU

Nadya Tanaya Ardianti^{*)}, Idqan Fahmi^{**)}, Anny Ratnawati^{**)}

^{*)} PT. MONSANTO

^{**)} Departemen Ilmu Ekonomi dan Manajemen, IPB

ABSTRACT

The exploding societal movement based upon environmental concerns and consumer awareness is spreading all over the globe. As a result, consumers concern about environmental issues is growing significantly and marketers have realized the importance of introducing green cosmetic products. However, there is doubt whether this awareness and concern is translated into the right behavior. In this study, consumers' attitudes, behaviors, perception and demographic factor were manipulated to determine their relative influence on willingness to pay for green cosmetic products. The results showed consumer's age, education, income and ecoliteracy to be the consistent explanatory factor in predicting their willingness to pay. The result also suggested that attitude toward firm's responsibilities and buying behavior which's consider environment factor to be the consistent explanatory factor in predicting their willingness to pay. This study also examined the relationships between consumer's attitude, subjective norms, perceived behavior control and green cosmetic buying intentions using the Theory of Planned Behavior (TPB). This study revealed that at significance level ten percent, attitude, subjective norm and perceived behavior control correlates positively with intention.

Keyword : *Green Product Behaviour Intention, Willingness To Pay, Contingent Valuation Method, Theory of Planned Behaviour*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di tengah parahnya kondisi lingkungan hidup yang secara tidak langsung diakibatkan oleh aktivitas ekonomi (Yakin, 1997), muncul kesadaran di tengah masyarakat akan pelestarian lingkungan (Fraz dan Martinez, 2007). Salah satu fenomena yang memperlihatkan hal tersebut adalah kehadiran produk hijau.

Di Indonesia sendiri, produk hijau belum begitu dikenal oleh konsumen. Walaupun demikian, terdapat beberapa produk hijau yang diterima dengan baik oleh pasar Indonesia seperti produk kosmetik hijau.

Perumusan Masalah

Pasar produk kosmetik hijau di Indonesia belumlah mencapai jumlah yang signifikan. Salah satu sebabnya

dikarenakan masih rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia akan produk kosmetik hijau.

Kesadaran konsumen Indonesia yang relatif rendah terhadap produk kosmetik hijau mengakibatkan dampak secara simultan terhadap rendahnya pengetahuan konsumen sehingga menyebabkan afeksi terhadap produk kosmetik hijau juga relatif rendah yang pada akhirnya mengakibatkan minat pembelian serta perilaku pembelian terhadap produk kosmetik hijau relatif rendah.

Tidak seperti atribut konvensional, atribut ekologis yang melekat pada produk kosmetik hijau tidak secara langsung dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Manfaat ekologis dari produk kosmetik hijau yang tidak dirasakan secara langsung ini mengakibatkan sebagian nilai ekonomi produk kosmetik hijau menjadi tidak begitu terlihat.

Penelitian ini memfokuskan pada perilaku konsumen terhadap produk kosmetik hijau di Kota Bogor. Alasan pemilihan Kota Bogor sebagai tempat penelitian adalah karena Bogor sebagai kota satelit Jakarta memiliki karakteristik konsumen yang khas yaitu karakteristik umumnya menyerupai karakteristik konsumen di kota besar tetapi kesadaran akan produk kosmetik hijau dapat dikatakan masih rendah.

Berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini akan mengangkat tiga pertanyaan utama, yaitu :

1. Bagaimanakah karakteristik konsumen individu pengguna kosmetik di Kota Bogor?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen di Kota Bogor untuk produk kosmetik hijau ?
3. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat konsumen di Kota Bogor untuk membeli produk kosmetik hijau?
4. Bagaimana strategi memasarkan produk kosmetik hijau?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisa karakteristik konsumen individu pengguna kosmetik di Kota Bogor
2. Menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen di Kota Bogor untuk produk kosmetik hijau
3. Menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen di Kota Bogor untuk membeli produk kosmetik hijau
4. Merumuskan strategi pemasaran produk kosmetik hijau

KERANGKA PEMIKIRAN

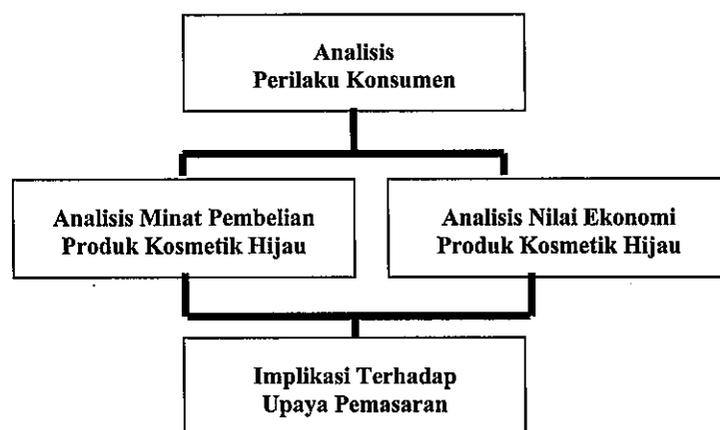
Kajian Penelitian Terdahulu

Chyong-Huey *et al.* (2006) melakukan penelitian mengenai kesediaan membayar konsumen menggunakan alat analisis korelasi Pearson. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara sikap dan perilaku konsumen dengan kesediaan membayar.

Minat pembelian terhadap produk hijau diteliti oleh Soonthonsmai (2000) menggunakan model *Theory*

of Reasoned Action. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan variabel demografi kecuali tingkat pendidikan berkorelasi positif dengan minat pembelian.

Kerangka Pemikiran Konseptual



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Konseptual

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat. Waktu penelitian selama 2 bulan dari bulan Oktober sampai dengan Desember 2007.

Pendekatan Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian deskriptif menggunakan metode *cross sectional survey*. Penelitian didaului dengan studi pendahuluan yang bersifat eksploratori.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian berupa data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara dengan responden sedangkan data sekunder diperoleh studi literatur.

Teknik Pengumpulan Data dan Informasi

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur Pengisian kuesioner oleh responden dilakukan melalui dua cara yaitu melalui wawancara langsung dan menggunakan metode *self administered questionnaire*.

Metode Penarikan Contoh

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen individu pengguna kosmetik berjenis kelamin perempuan yang

tinggal di kota Bogor. Adapun unit contoh adalah konsumen kosmetik berjenis kelamin perempuan yang tinggal di kota Bogor berusia di atas 17 tahun dan sehat mental.

Penentuan jumlah contoh menggunakan rumus penentuan jumlah contoh untuk populasi tak terhingga dengan memperhatikan *Rule of Thumb of SEM*. Dengan tingkat kepercayaan dugaan sebesar 95 persen dan tingkat kesalahan pengambilan contoh 7,5 persen maka jumlah contoh ditetapkan sebanyak 171 orang.

Teknik pengambilan contoh yang digunakan adalah teknik pengambilan contoh tak berpeluang. Tipe pengambilan contoh tak berpeluang yang digunakan adalah *convenience sampling*.

Pengolahan dan Analisis Data

Pengukuran minat pembelian terhadap produk kosmetik hijau menggunakan pendekatan multi atribut berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (Ajzen, 1991). Adapun analisis data menggunakan model persamaan struktural.

Kesediaan membayar terhadap produk kosmetik hijau diukur menggunakan metode penilaian kontingensi. Adapun analisis data menggunakan model regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Usia responden berkisar antara 17-59 tahun dengan tingkat pendidikan bervariasi dari tingkat pendidikan dasar hingga tingkat pendidikan pasca sarjana, adapun tingkat pendapatan per bulan bervariasi dari Rp. 200.000 per bulan hingga Rp. 30 juta per bulan. Pada umumnya responden tidak menikah dan bekerja di luar rumah.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengetahuan responden mengenai lingkungan tidak begitu baik. Sementara itu, pada umumnya sikap dan perilaku responden konsumen kosmetik terkait lingkungan tergolong positif.

Pada umumnya responden mempersepsikan bahwa harga produk kosmetik ramah lingkungan tidak terjangkau; produk kosmetik ramah lingkungan

memiliki kualitas yang baik; mudah, nyaman serta sehat dan aman untuk digunakan; akan tetapi tidak mudah untuk didapat.

Dalam hal pembelian produk kosmetik hijau, konsumen secara umum bersikap positif dan tidak terlalu mempersepsikan keberadaan faktor penghambat perilaku pembelian produk kosmetik hijau. Lebih lanjut, dalam hal pembelian produk kosmetik hijau, konsumen tidak terlalu mempertimbangkan pendapat orang lain

Kesediaan Membayar

Model regresi yang dirumuskan menggambarkan hubungan antara variabel dependen yaitu kesediaan membayar (Y) dengan beberapa variabel bebas yaitu:

- usia (age)
- tingkat pendidikan (edu)
- tingkat pendapatan (inc)
- status pernikahan (marital)
- jenis pekerjaan (job)
- *ecoliteracy* (el)
- sikap terhadap pentingnya perilaku ramah lingkungan (imp)
- sikap terhadap kesulitan dalam bersikap ramah lingkungan (diff)
- sikap terhadap kompleksnya masalah lingkungan (comp)
- sikap terhadap tanggung jawab perusahaan (resp)
- perilaku mempertimbangkan lingkungan (consd),
- perilaku mendaur ulang (recyc)
- perilaku pembelian (buy)
- persepsi akan harga (PP)
- persepsi akan kualitas (PQ)
- persepsi akan kemudahan dan kenyamanan penggunaan (PEC)
- persepsi akan kesehatan dan keamanan produk kosmetik (PHS)
- persepsi ketersediaan produk kosmetik hijau (Pava)

Rangkuman informasi model kesediaan membayar terhadap produk kosmetik hijau dapat dilihat pada Tabel 1.

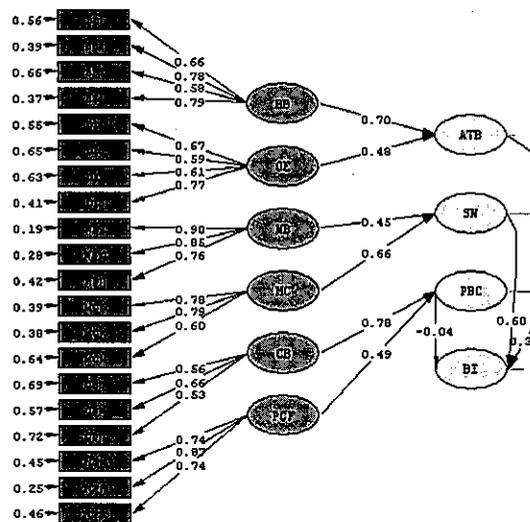
Dari hasil uji t, terdapat enam variabel yang nyata mempengaruhi variabel terikat pada taraf uji 5. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Rangkuman Model

Model Regresi	:	Logistik Ordinal (<i>link function</i> : negative log-log)
Persamaan	:	$link(\gamma_{ij}) = \theta_j - [\beta_1 Age + \beta_2 Edu + \dots + \beta_{18} Pava]$, dimana: $link() = link\ function\ negative\ log-log [-\log(-\log(x))]$ γ_{ij} = Probabilitas kumulatif dari j kategori untuk i kasus θ_j = <i>Threshold</i> (konstanta) untuk j kategori β = Koefisien regresi
Goodness of fit	:	Pseudo R-Square Nagelkerke = 75%
Model Fitting	:	Sig. = 0,000

Tabel 2. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar

Variabel	Sig.	Hubungan
Umur	0,031	-
Tingkat Pendidikan	0,024	+
Tingkat Pendapatan	0,030	+
Ecoliteracy	0,000	+
Sikap terhadap tanggung jawab perusahaan akan lingkungan	0,020	-
Perilaku mempertimbangkan lingkungan ketika membeli produk	0,002	+



Gambar 2. Model Minat Pembelian Produk Kosmetik Hijau

Minat Pembelian

Model minat pembelian produk kosmetik hijau dapat dilihat pada Gambar 2. Model minat pembelian produk kosmetik hijau yang telah dibuat perlu dianalisa untuk melihat *goodness of fit*-nya. Analisis *goodness of fit* yang dilakukan mencakup tiga tahap yaitu analisis kesesuaian secara keseluruhan (*overall model fit*), kesesuaian model pengukuran

(*measurement model fit*) dan terakhir kesesuaian model struktural (*structural model fit*).

• Overall Model Fit

Hasil uji kesesuaian untuk model minat pembelian produk kosmetik hijau secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 3. Hasil uji kesesuaian menunjukkan bahwa secara keseluruhan model minat pembelian

produk kosmetik hijau adalah model yang sesuai (*fit*).

• **Structural Model Fit**

Berdasarkan hasil yang terlihat pada Gambar 3, terlihat bahwa model struktural minat pembelian produk kosmetik hijau dapat dinyatakan cukup baik mengingat hanya terdapat satu hubungan struktural yang tidak signifikan pada taraf uji 5 persen

• **Measurement Model Fit**

Pengukuran dilakukan dengan mengevaluasi validitas dan reliabilitas konstruk. Suatu variabel indikator dinyatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk apabila nilai t muatan faktornya lebih besar

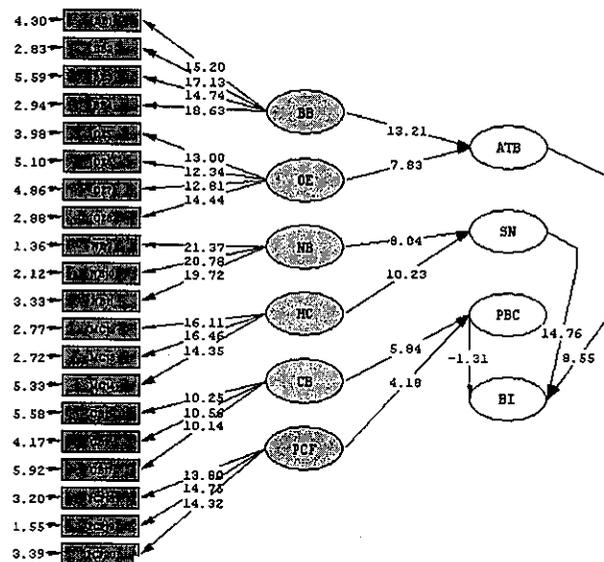
dari nilai kritis dan muatan faktor standarnya lebih besar dari 0,5 (Hair, *et al.*, 2006). Terlihat pada Tabel 4, seluruh variabel indikator memiliki nilai muatan faktor lebih besar dari 0,5 dengan nilai t muatan faktor lebih besar dari nilai kritis Hal ini berarti masing-masing variabel indikator pada model minat pembelian produk kosmetik hijau mempunyai validitas yang baik terhadap konstraknya.

Secara umum, hubungan antar variabel indikator dan variabel laten eksogen cukup baik, hal tersebut terlihat dari reliabilitas konstruk dan validitas variabel indikator. Adapun hubungan antara variabel laten endogen dan variabel laten eksogen menunjukkan hubungan yang signifikan kecuali untuk hubungan

Tabel 3. Hasil Uji Kesesuaian Model Minat Pembelian Produk Kosmetik Hijau

Ukuran Kesesuaian	Keabsahan*	Nilai	Keterangan
<i>P-value</i>	$\geq 0,05$	0,19976	Memenuhi
<i>Chi-Sq/df</i>	≤ 2	1,077	Memenuhi
RMSEA	$\leq 0,08$	0,021	Memenuhi
RMR	≤ 1	0,070	Memenuhi
NFI	$\geq 0,90$	1,00	Memenuhi
GFI	$\geq 0,90$	0,96	Memenuhi
AGFI	$\geq 0,90$	0,97	Memenuhi

Sumber: Sitinjak dan Sugiarto, 2006



Gambar 3. Hasil Uji Signifikansi Model Minat Pembelian Kosmetik Hijau

Tabel 4. Rangkuman Hasil Model Pengukuran Minat Pembelian Produk Kosmetik Hijau

Konstruk/Indikator (Construct/Indicator)	Standardized Factor Loading	t count Loading Factor*	Construct Reliability	Extracted Variance
Kepercayaan Perilaku (BB)			0,800	0,501
BB1	0,66	15,20		
BB2	0,78	17,13		
BB3	0,58	14,74		
BB4	0,79	18,63		
Evaluasi Konsekuensi (OE)			0,757	0,441
OE5	0,67	13,00		
OE6	0,59	12,34		
OE7	0,61	12,81		
OE8	0,77	14,44		
Kepercayaan Normatif			0,876	0,703
NB9	0,90	21,37		
NB10	0,85	20,78		
NB11	0,76	19,72		
Motivasi Untuk Mematuhi (MC)			0,770	0,531
MC12	0,78	16,11		
MC13	0,79	16,46		
MC14	0,60	14,35		
Keyakinan Kontrol (CB)			0,607	0,343
CB15	0,56	10,25		
CB16	0,66	10,56		
CB17	0,53	10,14		
Kekuatan Faktor Kontrol			0,826	0,617
PCP18	0,74	13,80		
PCP19	0,87	14,75		
PCP20	0,74	14,32		

Tabel 4. Ringkasan Hubungan AntarDimensi

Hubungan	coeff.	t count
Kepercayaan Perilaku (BB) → Sikap Terhadap Perilaku (ATB)	0,70	13,21*
Evaluasi Konsekuensi (OE) → Sikap Terhadap Perilaku (ATB)	0,48	7,83*
Kepercayaan Normatif (NB) → Norma Subjektif (SN)	0,45	8,04*
Motivasi Untuk Mematuhi (MC) → Norma Subjektif (SN)	0,66	10,23*
Keyakinan Kontrol (CB) → Kontrol Perilaku (PCB)	0,78	5,84*
Kekuatan Faktor Kontrol (PCP) → Kontrol Perilaku (PBC)	0,49	4,18*
Sikap Terhadap Perilaku (ATB) → Minat (BI)	0,32	8,55*
Norma Subjektif (SN) → Minat (BI)	0,60	14,76*
Kontrol Perilaku (PBC) → Minat ((BI)	-0,04	1,31

antara kontrol perilaku dan minat. Untuk lebih jelasnya hubungan antar dimensi dapat dilihat pada Tabel 4.

Implikasi Terhadap Strategi Pemasaran

Pemasar produk kosmetik hijau harus memprioritaskan segmen konsumen yang bersedia membayar lebih mahal dengan cara mengembangkan strategi pemasaran yang khusus ditujukan untuk segmen konsumen ini.

Strategi promosi untuk pemasaran produk kosmetik hijau hendaknya berfokus pada perubahan sikap konsumen (*attitude change strategy*) terhadap produk kosmetik hijau. Sementara itu, untuk membuat produk kosmetik hijau menjadi pilihan konsumen, satu-satunya cara adalah dengan membuat produk kosmetik hijau yang memiliki performa ekologis dan konvensional yang memberikan manfaat sesuai bahkan melebihi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasar dapat menerapkan strategi penetapan harga premium mengingat produk kosmetik hijau merupakan produk yang unik dan memiliki nilai jual tersendiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Profil konsumen yang bersedia membayar lebih mahal untuk produk kosmetik ramah lingkungan adalah konsumen yang berusia awal pertengahan (*pre-middle aged*), berpendidikan tinggi serta memiliki tingkat pendapatan rata-rata diatas Rp. 2.000.000. Segmen konsumen ini pada umumnya memiliki pengetahuan mengenai lingkungan yang baik dan memiliki sikap dan perilaku terkait lingkungan yang positif.

Umur, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, pengetahuan mengenai lingkungan sikap terhadap tanggung jawab perusahaan akan lingkungan dan perilaku mempertimbangkan lingkungan ketika membeli produk secara nyata pada taraf lima persen mempengaruhi tingkat kesediaan membayar terhadap produk kosmetik hijau. Adapun variabel sikap terhadap perilaku pembelian produk hijau dan variabel norma subyektif berpengaruh secara nyata terhadap minat pembelian produk kosmetik hijau secara searah pada taraf nyata lima persen.

Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini memberikan serangkaian strategi yang sebaiknya dilakukan oleh pemasar produk kosmetik hijau. Pertama, pemasar produk kosmetik hijau hendaknya memprioritaskan segmen konsumen yang bersedia membayar lebih mahal untuk produk kosmetik hijau: kedua; strategi promosi hendaknya berfokus pada perubahan sikap konsumen (*attitude change strategy*) terhadap produk kosmetik hijau: ketiga, pemasar harus mampu membuat membuat produk kosmetik

hijau yang berkualitas baik baik dari segi performa konvensional maupun ekologis yang memberikan manfaat sesuai bahkan melebihi kebutuhan dan keinginan konsumen; keempat, pemasar hendaknya menerapkan strategi penentuan harga premium yang disesuaikan dengan performa produk

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat dua saran yang dapat disampaikan, yaitu:

1. Sebagai sebuah kategori produk yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomis semata tetapi juga memberikan manfaat ekologis. Pemerintah sebaiknya memberi kemudahan dan insentif untuk pengembangan produk hijau.
2. Undang-undang Perlindungan sebaiknya dibuat sedemikian rupa untuk menghindari "klaim ramah lingkungan" yang tidak didasarkan pada data teknis ilmiah sehingga klaim produk hijau tidak menyesatkan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior*. University of Massachusetts. Amherst.
- Chyong-Huey, T., G. Phang., H. Hasan dan M.r. Buncha. 2006. *Going Green: A Study of Consumers' Willingness To Pay For Green Products In Kota Kinabalu*. *International Journal of Business and Society*. Sarawak.
- Fraz, E. dan E. Martinez. 2007. *E c o l o g i c a l Consumer Behaviour: An Empirical Analysis*. *International Journal of Consumer Studies*. Oxford.
- Hair, J.F, W.C., Black, B.J., Babin, R.E. Anderson dan R.L. Tatham. 2006. *Multivariate Analysis*. 6th Edition. Pearson. New Jersey.
- Sitinjak, T.J.R dan Sugiarto. 2006. *Lisrel*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Soonthonsmai, V. 2000. *Predicting Intention and Behavior to Purchase Environmentally Sound or Green Products Among Thai consumers: An Application of The Theory of Reasoned Action*. Nova Southeastern University.
- Yakin, A. 1997. *Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan: Teori dan Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan*. Akademika Presindo. Jakarta.

MODEL PENGEMBANGAN USAHA PERIKANAN TANGKAP DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Mulyono Partosuwirjo¹⁾, John Haluan²⁾, Mulyono S. Baskoro³⁾, dan Soepanto Soemokaryo⁴⁾

¹⁾ Program Teknologi Kelautan, Sekolah Pascasarjana IPB

ABSTRACT

Capture fishery has an important role in the economic activity and livelihood among the people of Yogyakarta, but its dynamic interaction is not yet effective and still dominated by monopoly practices. This study has analyzed the feasibility and appropriate dynamic interaction for the development of capture fishing. The method developed in the study consisted of a cost-benefit analysis and SEM. Catching fish using sero, payang, gillnet, and krendet was found to be feasible and obtain net profits of Rp. 44,291,851, Rp. 91,202,416, Rp 47,585,387, and Rp 56,514,757, respectively. The most significant aspects of interaction determining the environments (internal, external, and industrial), business strategies, fishing industry performance, and development goals were management, social aspect, entry barrier, finance, and feedback period. For the construct interaction, the internal environment had a significant positive effect on the external environment, the external environment had a significant positive effect the industrial environment, and the business strategies had a significant positive effect on the goal of fishery development.

Keywords: interaction, feasibility, SEM, capture fishery and Yogyakarta

PENDAHULUAN

Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai potensi sumberdaya perikanan laut yang cukup besar sehingga mempunyai peluang yang cukup besar untuk pengembangan usaha perikanan tangkap. Potensi tersebut meliputi perairan laut dengan panjang pantai ± 110 km dengan daerah operasi penangkapan 12 mil dari pantai. Nilai produksi perairan mencapai sebesar 905,3 ribu ton/tahun. Namun potensi yang cukup besar tersebut masih dikelola oleh rakyat menggunakan armada penangkapan skala kecil dan dan beberapa tidak layak untuk lokasi.

Selama ini, usaha perikanan tangkap di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tidak hanya sebagai penyedia pangan, bahan baku industri dan ekspor, tetapi juga sekaligus menjadi tempat sandaran kehidupan bagi sebagian masyarakat sekitar pantai. Keadaan ini telah menumbuhkan berbagai pemikiran tentang pemberdayaan nelayan dengan meningkatkan posisi tawar mereka melalui penataan kelembagaan usaha, kelembagaan pasar, dan kelembagaan pelayanan. Namun hal ini belum berjalan dengan baik karena dinamika interaksi usaha perikanan tangkap belum

efektif dan masih didominasi oleh praktek monopoli. Pola interaksi diantara komponen dan stakeholders perlu diarahkan sehingga mendukung peran yang diemban usaha perikanan tangkap tersebut.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kelayakan dan dinamika interaksi yang tepat untuk pengembangan usaha perikanan tangkap di Daerah Istimewa Yogyakarta.

METODOLOGI

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya daerah pantai yang potensial dan diandalkan usaha perikananannya. Penelitian dilakukan mulai bulan Januari tahun 2006 sampai dengan bulan Juni tahun 2007.

Jenis Data yang Dikumpulkan

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan di lapangan terkait industri perikanan tangkap. Data sekunder merupakan data-data yang sudah tersedia yang mendukung kelengkapan data penelitian.

Metode Pengumpulan Data

- Metode Pengumpulan Data Primer
Metode pengumpulan data primer terdiri dari pemilihan kelompok sampling, identifikasi responden, dan pengumpulan data responden. Disamping data responden, data primer data berupa data pengamatan langsung tentang kondisi perikanan tangkap di lapang.
- Metode Pengumpulan Data Sekunder
Metode pengumpulan data sekunder terdiri dari studi kasus dan literatur, pendapat pakar, dan kombinasi ketiganya.

Metode Analisis

• Analisis Keuangan

Analisis keuangan ini dilakukan untuk kondisi pengelolaan industri/usaha perikanan tangkap dari segi keuangan di Daerah Istimewa Yogyakarta apakah termasuk sehat/memberikan keuntungan atau tidak. Kriteria yang digunakan dalam analisis ini adalah analisis biaya-manfaat baik secara finansial maupun ekonomi. Kriteria-kriteria tersebut menurut Menurut Hermawan (2006) adalah *Net Present Value* (NPV), *Net Benefit – Cost Ratio* (B/C ratio), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Return of Investment* (ROI).

• Structural equation modelling

(1) Pengembangan model teoritis

Pengembangan model teoritis dimaksudkan untuk mendapatkan justifikasi terhadap konsep-konsep yang dikembangkan sehingga dapat dipertanggungjawabkan dan mendapat kebenaran secara ilmiah. Dalam kaitan ini, telaah pustaka, eksplorasi terhadap hasil-hasil penelitian yang berkaitan, dan diskusi pakar menjadi hal penting untuk dilakukan.

(2) Pembuatan path diagram

Pembuatan path diagram merupakan kegiatan penggambaran interaksi komponen-komponen yang dikembangkan secara teoritis yang kemudian menjadi konstruk penelitian.

(3) Perumusan *measurement model* dan *structural equation*

Tahapan ini merupakan perumusan path diagram ke dalam persamaan matematis, sehingga dapat digunakan untuk analisis SEM. Persamaan tersebut terdiri dari persamaan pengukuran (*measurement model*) dan persamaan struktur (*structural equation*).

(4) Pemilihan matriks input dan estimasi model

Teknik estimasi tersebut dapat dipilih sesuai dengan ukuran sampel. Oleh karena dalam penelitian ukuran sampel direncanakan 100 – 200 sampel, maka teknik estimasi yang digunakan *matriks likelihood estimation*.

(5) Evaluasi kriteria *goodness-of-fit*

Tahapan merupakan kegiatan kegiatan mengevaluasi kesesuaian model yang dibuat menggunakan berbagai kriteria *goodness-of-fit*, yaitu X^2 -Chi-squarey diharapkan kecil, *significance probability* > 0,05, *RMSEA* < 0,08, *GFI* > 0,90, *AGFI* > 0,90, *CMIN/DF* < 2,00, *TLI* > 0,95, dan *CFI* > 0,95 (Ferdinand, 2002).

(6) Analisis pengaruh (*effect analysis*)

Effect analysis dilakukan terhadap model yang dibangun yang telah diuji kesesuaiannya dan dievaluasi secara statistik dan telah dinyatakan layak atau diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Keuangan Usaha Perikanan Tangkap di Daerah Istimewa Yogyakarta

Menurut Hermawan (2006), kondisi keuangan suatu usaha, biasanya dilihat dari kriteria *Net Present Value* (NPV), *Net Benefit – Cost Ratio* (B/C ratio), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Return of Investment* (ROI). Suatu usaha perikanan tangkap akan dikatakan sehat dan dapat dikembangkan lebih lanjut apabila hasil analisis keuangannya menunjukkan $NPV > 0$, $B/C \text{ ratio} > 1$, IRR lebih besar dari suku bunga (*interest rate*) yang berlaku, dan $ROI > 1$.

Dalam penelitian ini, suku bunga yang digunakan mengacu kepada pengumuman Bank Indonesia diawal

tahun 2008 yaitu 6,5 % (Antara co.id, 2008). Terkait dengan ini, analisis keuangan ini sangat bermanfaat untuk memberikan arahan kepada pelaku usaha perikanan dalam memilih kegiatan produktif perikanan yang lebih menguntungkan daripada menyimpan uang di Bank atau lainnya. Hasil survai lapang menunjukkan waktu efektif rata-rata penggunaan unit penangkapan ikan di Daerah Istimewa Yogyakarta sekitar 6 tahun.

Berdasarkan Tabel 1., usaha seser, sero, bubu, payang, jaring insang hanyut (JIH), jaring insang lingkaran, jaring insang lingkaran (JIL), *trammel net*, *gillnet*, krendet, dan *hand line* termasuk usaha perikanan tangkap yang sehat secara keuangan dan layak dilanjutkan. Kesepuluh usaha perikanan tangkap ini mempunyai nilai NPV, B/C ratio, IRR, dan ROI yang sesuai dengan yang dipersyaratkan. Usaha pukat pantai tidak sehat secara keuangan karena mempunyai NPV di bawah 0 (nol), sedangkan usaha prawe dasar tidak sehat secara keuangan karena mempunyai NPV di bawah 0 (nol) dan IRR yang lebih kecil dari 6,5 %.

Pukat pantai yang mempunyai nilai NPV = - Rp 673.354 mengandung pengertian bahwa jika pukat pantai dikembangkan, maka akan mendatangkan keuntungan bersih yang negatif atau kerugian sekitar Rp 673.354 hingga habisnya masa penggunaan pukat pantai. Terkait dengan ini, maka pengembangan usaha perikanan tangkap menggunakan pukat

pantai sebaiknya tidak dilanjutkan. Prawe dasar mempunyai nilai NPV= - Rp 12.258.300 dan IRR = 2,59 % mengandung pengertian bahwa jika prawe dasar dikembangkan, maka akan mendatangkan keuntungan bersih yang negatif atau kerugian sekitar Rp 12.258.300 hingga habisnya masa penggunaannya dan juga menyebabkan pertumbuhan usaha lebih rendah dari bunga bank (6,5 % per tahun). Terkait dengan ini, maka pengembangan usaha perikanan tangkap menggunakan prawe dasar sebaiknya tidak dilanjutkan dan mendepositokan modal prawe dasar di Bank masih lebih baik dan dapat dilakukan sambil menunggu pengalihan usaha perikanan tangkap ke yang lebih menguntungkan.

Model Pengembangan Industri Perikanan Dengan Interaksi Sederhana Komponen Terkait Aspek Teoritis Pengembangan Model

Model pengembangan industri perikanan ini dilakukan dengan memadukan interaksi berbagai komponen terkait dalam pengembangan industri perikanan secara umum. Hasil kajian teoritis menunjukkan bahwa beberapa komponen yang terkait dengan pengembangan industri perikanan adalah lingkungan internal (LINT), lingkungan eksternal (LEX), lingkungan industri (LIN), strategi usaha (STRG), kinerja organisasi (UPT), dan Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP).

Tabel 1. Hasil Analisis Keuangan Usaha Perikanan Tangkap di Daerah Istimewa Yogyakarta

Jenis Usaha Perikanan	Hasil Analisis Keuangan				Keterangan
	NPVi	B/C	IRR	ROI	
Seser	Rp 9,430,925	1.26	15.72%	4.85	Sehat
Pukat Pantai	Rp -673,354	1.07	15.12%	4.43	Tidak Sehat
Sero	Rp 44,291,851	1.86	46.29%	6.52	Sehat
Bubu	Rp 24,297,634	2.10	64.92%	7.35	Sehat
Payang	Rp 91,202,416	1.79	41.63%	6.27	Sehat
JIH	Rp 73,747,637	1.90	51.02%	6.65	Sehat
JIL	Rp 11,666,406	1.73	55.24%	6.69	Sehat
<i>Trammel net</i>	Rp 17,509,422	1.70	51.07%	6.56	Sehat
<i>Gillnet</i>	Rp 47,585,367	1.56	30.71%	5.45	Sehat
Krendet	Rp 56,514,757	1.75	40.58%	6.12	Sehat
<i>Hand line</i>	Rp 39,218,675	1.76	41.02%	6.18	Sehat
Prawe Dasar	Rp -12,258,300	0.96	2.59%	3.96	Tidak Sehat

Sumber : Olahan Data Lapang (2007)

Interaksi Terkait Lingkungan Internal (LINT)

Berdasarkan hasil analisis Tabel 2, Lingkungan Internal (LINT) berpengaruh positif signifikan sebesar 0,152 dengan nilai $p = 0,011$ terhadap Teknologi (X11), berpengaruh positif signifikan sebesar 0,119 dengan nilai $p = 0,021$ terhadap Pesaing (X12), berpengaruh positif signifikan sebesar 1,000 dengan nilai $p = 0,040$ terhadap Manajemen (X13), dan berpengaruh positif signifikan sebesar 0,031 dengan nilai $p = 0,022$ terhadap Sumberdaya Manusia (X16). Hal ini menunjukkan teknologi (X11), pesaing (X12), dan sumberdaya manusia (X16) menjadi indikator penting menentukan maju mundurnya kegiatan perikanan tangkap di Daerah Istimewa Yogyakarta. Modal (X14) dan Sarana (X15) merupakan dimensi konstruk yang tidak dipengaruhi secara signifikan karena mempunyai nilai $p > 0,05$ meskipun koefisien interaksi masing-masing 0,067 dan 0,066.

Untuk lima dimensi konstruk yang dipengaruhi signifikan tersebut, manajemen (X13) merupakan dipengaruhi paling dominan. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen merupakan aspek internal paling sensitif mengganggu kondisi internal industri perikanan. Terkait dengan ini, maka manajemen pengelolaan usaha perikanan tangkap harus segera dibenahi dalam upaya pemberdayaan industri perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sedangkan untuk pengaruhnya terhadap konstruk, konstruk Lingkungan Internal (LINT) berpengaruh positif signifikan terhadap konstruk Lingkup Usaha Perikanan tangkap (LUP) sebesar 0,09 dengan nilai p

$= 0,029$. Terkait dengan ini, maka Lingkup Industri Perikanan (LIP) menjadi faktor yang berpotensi serius mempengaruhi aktivitas dan kondisi internal usaha perikanan tangkap di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini terjadi kemungkinan karena lingkup usaha menentukan jenis dan skala usaha perikanan tangkap yang dapat dilakukan oleh nelayan sehingga secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kondisi internal usaha perikanan tangkap yang ada.

Interaksi Terkait Lingkungan Eksternal (LEX)

Berdasarkan hasil analisis SEM, Lingkungan Eksternal (LEX) berpengaruh positif signifikan sebesar 0,051 dengan nilai $p = 0,001$ terhadap Politik (X21), berpengaruh positif signifikan sebesar 0,106 dengan nilai $p = 0,031$ terhadap Ekonomi (X22), dan berpengaruh positif signifikan sebesar 1,000 dengan nilai $p = 0,048$ terhadap Sosial (X23). Hal ini menunjukkan aspek Politik (X21), Ekonomi (X22), dan Sosial (X23) berpotensi serius secara eksternal mengganggu kegiatan perikanan tangkap di Daerah Istimewa Yogyakarta.

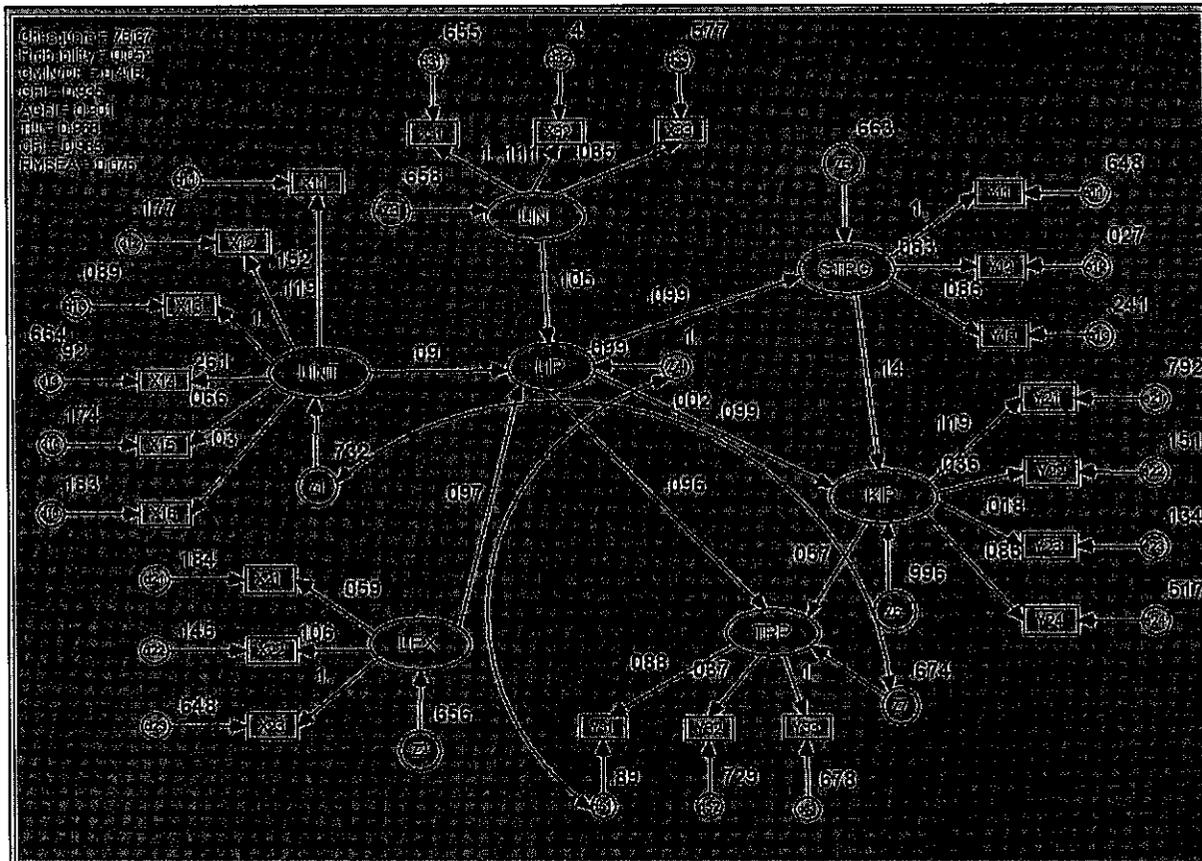
Dari ketiga dimensi konstruk tersebut, Sosial (X23) merupakan dimensi konstruk yang dipengaruhi paling dominan oleh Lingkungan Eksternal (LEX). Pengaruh terhadap aspek sosial dapat dimungkinkan oleh sensitifnya masalah-masalah sosial (seperti kesenjangan penghasilan, kesempatan kerja, pendidikan) sehingga mudah mengganggu industri/ usaha perikanan tangkap dari segi eksternal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tabel 2. Koefisien Pengaruh dan *Significance of Probability* Dimensi Konstruk yang Berinteraksi dengan Konstruk Lingkungan Internal (LINT)

Konstruk	Dimensi Konstruk Indikator	Koefisien Pengaruh	P	S/TS	Keterangan
Lingkungan internal (LINT)	X11	0,152	0,011	S	Indikator konstruk Lingkungan Internal (LINT) adalah Teknologi (X11), Pesaing (X12) Manajemen (X13) dan Sumberdaya manusia (X16)
	X12	0,119	0,021	S	
	X13	1,000	0,040	S	
	X14	0,261	0,067	TS	
	X15	0,066	0,104	TS	
	X16	0,031	0,022	S	

Sumber : hasil olahan SEM (2007)

Keterangan : p = nilai *significance of probability*; S = pengaruh signifikan; TS = pengaruh tidak signifikan.



Gambar 1. Model Pengembangan Industri Perikanan dengan Interaksi Sederhana Komponen Terkait

Disamping itu, Lingkungan Eksternal (LEX) berpengaruh positif terhadap konstruk Lingkungan Industri Perikanan (LIN) dengan koefisien pengaruh 0,097 dengan nilai $p = 0,048$. Oleh karena probabilitasnya $< 0,05$, maka pengaruh positif tersebut bersifat signifikan.

Interaksi terkait Lingkungan Industri (LIN)

Berdasarkan hasil analisis SEM, Lingkungan Industri (LIN) dalam pengembangan industri perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta mempengaruhi *Entry barrier* (X31), Pesaing (X32), dan Supply (X33). Pengaruh Lingkungan Industri (LIN) terhadap ketiga dimensi konstruk menunjukkan *entry barrier* (X31) dipengaruhi secara positif signifikan sebesar 1,000 dengan nilai $p = 0,045$, pesaing (X32) dipengaruhi secara positif signifikan sebesar 0,111 dengan nilai $p = 0,023$, dan supply (X33) dipengaruhi secara positif signifikan sebesar 0,035 dengan nilai $p = 0,043$. Hal ini menunjukkan bahwa *entry barrier* (X31), pesaing (X32), dan supply (X33) berpotensi serius mengganggu

kegiatan perikanan tangkap di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Entry barrier (X31) merupakan dimensi konstruk yang dipengaruhi paling dominan diantara tiga dimensi konstruk tersebut. Hal ini mengindikasikan order dan arus barang masuk merupakan faktor paling penting diperhitungkan bila industri perikanan dikembangkan. Disamping itu, Lingkungan Industri (LIN) juga berinteraksi dengan konstruk yaitu Lingkup Usaha Perikanan Tangkap (LUP) yang dipengaruhi secara positif signifikan dengan koefisien pengaruh 0,105 dan nilai probabilitas 0,067.

Interaksi terkait Lingkup Industri Perikanan (LIP)

Berdasarkan Tabel 3., Lingkup Industri Perikanan (LIP) berpengaruh positif terhadap Strategi Usaha (STRG) dengan nilai koefisien pengaruh 0,099 dan probabilitas 0,042, berpengaruh positif terhadap konstruk Kinerja Industri Perikanan (KIP) dengan

nilai koefisien pengaruh 0,099 dan probabilitas 0,101, berpengaruh positif terhadap Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) dengan koefisien pengaruh 0,096 dan probabilitas 0,027. Terkait dengan ini, maka Strategi Usaha (STRG) dan Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) menjadi faktor yang berpotensi serius mempengaruhi jenis dan skala usaha perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan Kinerja Usaha Perikanan (KIP) tidak menjadi indikator penting karena probabilitas > 0,05.

Dari dua konstruk yang berinteraksi signifikan dengan Lingkup Industri Perikanan (LIP), pengaruh terhadap Strategi Usaha (STRG) sedikit lebih dominan. Terkait dengan ini, maka pengembangan industri perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta harus mengakomodir kondisi tersebut.

Interaksi Terkait Strategi Usaha (STRG)

Strategi usaha (STRG) merupakan hal penting dalam penentuan berbagai upaya untuk pengembangan industri perikanan. Strategi yang diambil dalam suatu usaha biasanya berkaitan dengan kondisi produksi, pemasaran, dan keuangan yang dapat dilakukan. Berdasarkan hasil analisis SEM, Strategi Usaha (STRG) berpengaruh positif tidak signifikan sebesar 1,000 dengan nilai $p = 0,245$ terhadap Produksi (Y11), berpengaruh positif signifikan sebesar 0,082 dengan nilai $p = 0,044$ terhadap Pemasaran (Y12), dan berpengaruh positif signifikan sebesar 0,088 dengan nilai $p = 0,000$ terhadap Keuangan (Y13).

Terkait dengan ini, maka aspek Produksi (Y11) tidak dianggap faktor penting untuk diperhitungkan dalam penentuan strategi usaha perikanan. Sedangkan aspek

Tabel 3. Koefisien Pengaruh dan *Significance of Probability* Konstruk yang Berinteraksi dengan Konstruk Lingkup Industri Perikanan (LIP)

Konstruk	Konstruk Indikator	Koefisien Pengaruh	P	S/TS	Keterangan
Lingkup Industri Perikanan (LIP)	STRG	0,099	0,042	S	Indikator konstruk
	KIP	0,099	0,101	TS	Lingkup Industri Perikanan (LIP) adalah
	TPP	0,096	0,027	S	Strategi Usaha (STRG) dan Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP)

Sumber : hasil olahan SEM (2007)

Keterangan : p = nilai *significance of probability*; S = pengaruh signifikan; TS = pengaruh tidak signifikan.

Tabel 4. Koefisien Pengaruh dan *Significance of Probability* Konstruk/Dimensi Konstruk yang Berinteraksi dengan Konstruk Strategi Usaha (STRG)

Konstruk	Dimensi Konstruk Indikator	Koefisien Pengaruh	P	S/TS	Keterangan
Strategi usaha (STRG)	Y11	1,000	0,245	TS	Indikator konstruk
	Y12	0,082	0,044	S	Strategi Usaha adalah
	Y13	0,086	0,000	S	Produksi (Y11), pemasaran (Y12) dan Keuangan (Y13)

Sumber : hasil olahan SEM (2007)

Keterangan : p = nilai *significance of probability*; S = pengaruh signifikan; TS = pengaruh tidak signifikan

Pemasaran (Y12) dan Keuangan (Y13) menjadi faktor yang berpotensi serius mempengaruhi strategi usaha perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Oleh karena itu, kondisi pemasaran usaha maupun kondisi keuangan usaha harus menjadi titik berat dalam pengembangan keputusan strategi usaha perikanan tangkap yang dikembangkan di masa datang.

Disamping interaksi dengan dimensi konstruk, Strategi Usaha (STRG) juga berinteraksi dengan konstruk Kinerja Industri Perikanan (KIP) secara positif signifikan dengan koefisien pengaruh 0,14 dengan nilai $p = 0,035$. Terkait dengan ini, maka Kinerja Industri Perikanan (KIP) termasuk faktor serius mempengaruhi strategi usaha perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dimungkinkan karena arah pengembangan suatu usaha biasanya ditentukan oleh progress atau kinerja dari usaha tersebut selama ini.

Kinerja Industri Perikanan (KIP)

Berdasarkan hasil analisis SEM, konstruk Kinerja Industri Perikanan (KIP) mempengaruhi secara positif signifikan dimensi konstruk *Feedback Period* (Y21) sebesar 0,0119 dengan nilai $p = 0,002$, mempengaruhi secara positif tidak signifikan dimensi konstruk Rugi/Laba (Y22) sebesar 0,036 dengan nilai $p = 0,327$, mempengaruhi secara positif signifikan dimensi konstruk *Return of Investment* (Y23) sebesar 0,018 dengan nilai $p = 0,001$, dan mempengaruhi secara positif signifikan dimensi konstruk *Growth* (Y24) sebesar 0,085 dengan nilai $p = 0,023$.

Terkait dengan ini, maka *Feedback Period* (Y21), *Return of Investment* (Y23), dan *Growth* (Y24) menjadi dimensi konstruk/faktor yang serius diperhitungkan dalam memperbaiki Kinerja Industri Perikanan dan pengembangannya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan Rugi/Laba (Y22) karena dipengaruhi dengan tidak signifikan, maka tidak menjadi indikator penting yang diperhitungkan dalam proses operasi industri perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini mengindikasikan, bahwa faktor keuntungan yang menjadi ukuran kesejahteraan tidak terlalu diperhatikan oleh nelayan dalam menjalankan usahanya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dari tiga dimensi konstruk yang berinteraksi signifikan terhadap Kinerja Industri Perikanan (LIP), pengaruh terhadap *Feedback Period* (Y21) lebih dominan. Hal ini menunjukkan bahwa perputaran

usaha sangat penting dalam kegiatan industri perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta, dimana kemampuan nelayan dalam pengembalian pinjaman, perputaran usaha pengolahan ikan, dan musim tangkap selalu menjadi pertimbangan nelayan dan lainnya dalam menjalankan usaha perikanan. Bila melihat akar permasalahannya, hal dapat dipahami karena kegiatan industri perikanan tersebut umumnya dilakukan oleh nelayan dan pengolah ikan dengan modal kecil dan mikro yang akan terganggu kebutuhan rumah tangganya bila perputaran usaha mengalami masalah. Terkait dengan ini, maka dalam interaksi sederhananya, pengambilan kinerja perikanan tangkap di Daerah Istimewa Yogyakarta perlu mengedepankan kepentingan nelayan dan pengolah ikan modal kecil dan mikro daripada mendahulukan kepentingannya lainnya, misalnya kontribusi terhadap PAD. Hal ini sejalan dengan hasil analisis sebelumnya terkait pengaruh Rugi/Laba (Y22) terhadap Kinerja Industri Perikanan (KIP).

Hasil analisis SEM juga menunjukkan Kinerja Industri Perikanan (KIP) berpengaruh positif signifikan terhadap Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) sebesar 0,057 dengan nilai $p = 0,031$. Terkait dengan ini, maka Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) yang ditetapkan menjadi faktor serius mempengaruhi Kinerja Industri Perikanan yang dijalankan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk itu, maka pencapaian tujuan tersebut harus selalu menjadi fokus dalam setiap usaha perikanan tangkap yang ada. Bila belum terakomodir dengan baik, maka kinerja perlu ditingkatkan.

Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP)

Dalam kaitan dengan dimensi konstruk (Tabel 5.), Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) dipengaruhi secara positif tidak signifikan oleh *Growth* (Y31) sebesar 0,088 dengan nilai $p = 0,109$, dipengaruhi secara positif signifikan oleh dimensi *Sustainable* (Y32) sebesar 0,037 dengan nilai $p = 0,028$, dan dipengaruhi secara positif signifikan oleh Daya Saing (Y33) sebesar 1,000 dengan nilai $p = 0,045$.

Oleh karena pengaruhnya yang signifikan, maka *Sustainable* (Y32) dan Daya Saing (Y33) menjadi dimensi konstruk yang berpotensi serius mempengaruhi Tujuan Pembangunan Perikanan. Sedangkan *Growth* (Y31) karena pengaruhnya yang tidak signifikan, maka tidak dianggap indikator penting yang diperhitungkan.

Tabel 5. Koefisien Pengaruh dan *Significance of Probability* Dimensi Konstruk yang Berinteraksi dengan Konstruk Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP)

Konstruk	Dimensi Konstruk Indikator	Koefisien Pengaruh	P	S/TS	Keterangan
Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP)	Y31	0,088	0,109	TS	Indikator konstruk Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) adalah <i>Sustainable</i> (Y32) dan Daya Saing (Y33)
	Y32	0,037	0,028	S	
	Y33	1,000	0,045	S	

Sumber : hasil olahan SEM (2007)

Keterangan : p = nilai *significance of probability*; S = pengaruh signifikan; TS = pengaruh tidak signifikan

Tidak signifikannya pengaruh Growth memberi indikasi bahwa Tujuan Pembangunan Perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak terlalu dipusingkan oleh pertumbuhan usaha perikanan tangkap yang dilakukan nelayan.

Daya Saing (Y33) lebih dominan berinteraksi dan berpengaruh terhadap Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) dibandingkan dengan *Sustainable* (Y32). Hal ini menunjukkan tujuan pembangunan di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya di bidang perikanan tangkap lebih memperhatikan bargaining position dari produk yang dihasilkan oleh industri perikanan dibandingkan hal lainnya. Hal ini kemungkinan untuk memperkuat posisi produk yang dihasilkan dalam menembus pasar global yang lebih kompetitif.

Model Pengembangan Industri perikanan Dengan Interaksi Kompleks Dominan Dipengaruhi oleh Kondisi LINT, LEX, dan LIN

Model pengembangan ini merupakan modifikasi dari model sebelumnya, dimana interaksi dibuat lebih kompleks dan dominan dipengaruhi oleh Lingkungan Internal (LINT), Lingkungan Eksternal (LEX), dan Lingkungan Industri (LIN). Ketiga konstruk ini dipilih sebagai faktor dominan karena pengembangan aktivitas industri di suatu kawasan biasanya tergantung dari pengembangan internal industri itu sendiri (peningkatan kapasitas industri), kondisi lingkungan eksternal yang kondusif, dan interaksi saling menopang dan membutuhkan diantara industri yang ada (industri pemasok, substitusi, pengguna produk, dan seterusnya). Adapun interaksi

baru dalam model ini adalah :

1. Lingkungan Internal (LINT) yang berinteraksi dengan : (a) Lingkungan Eksternal (LEX) positif signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,086 dan probabilitas 0,002; (b) Lingkungan Industri (LIN) positif signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,048 dan probabilitas 0,024; (c) Strategi Usaha (STRG) positif tidak signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,037 dan probabilitas 0,276; (d) konstruk Kinerja Industri Perikanan (KIP) positif signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,073 dan probabilitas 0,024; dan (e) Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) positif tidak signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,086 dan probabilitas 0,129.
2. Lingkungan Eksternal (LEX) yang berinteraksi dengan : (a) Lingkungan Industri (LIN) positif signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,074 dan probabilitas 0,026; (b) Strategi Usaha (STRG) positif tidak signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,082 dan probabilitas 0,117; (c) Kebijakan Industri perikanan (KIP) positif signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,092 dan probabilitas 0,044; dan (d) Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) positif signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,067 dan probabilitas 0,013.
3. Konstruk Lingkungan Industri (LIN) yang berinteraksi dengan : (a) Strategi Usaha (STRG) positif tidak signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,114 dan probabilitas 0,319; (b) Kebijakan Industri perikanan (KIP) positif signifikan dengan nilai koefisien

pengaruh 0,119 dan probabilitas 0,048; (c) Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) positif signifikan dengan nilai koefisien pengaruh 0,061 dan probabilitas 0,017.

4. Strategi Usaha (STRG) yang berinteraksi dengan Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) positif signifikan dengan nilai koefisien 0,079 dan probabilitas 0,012.

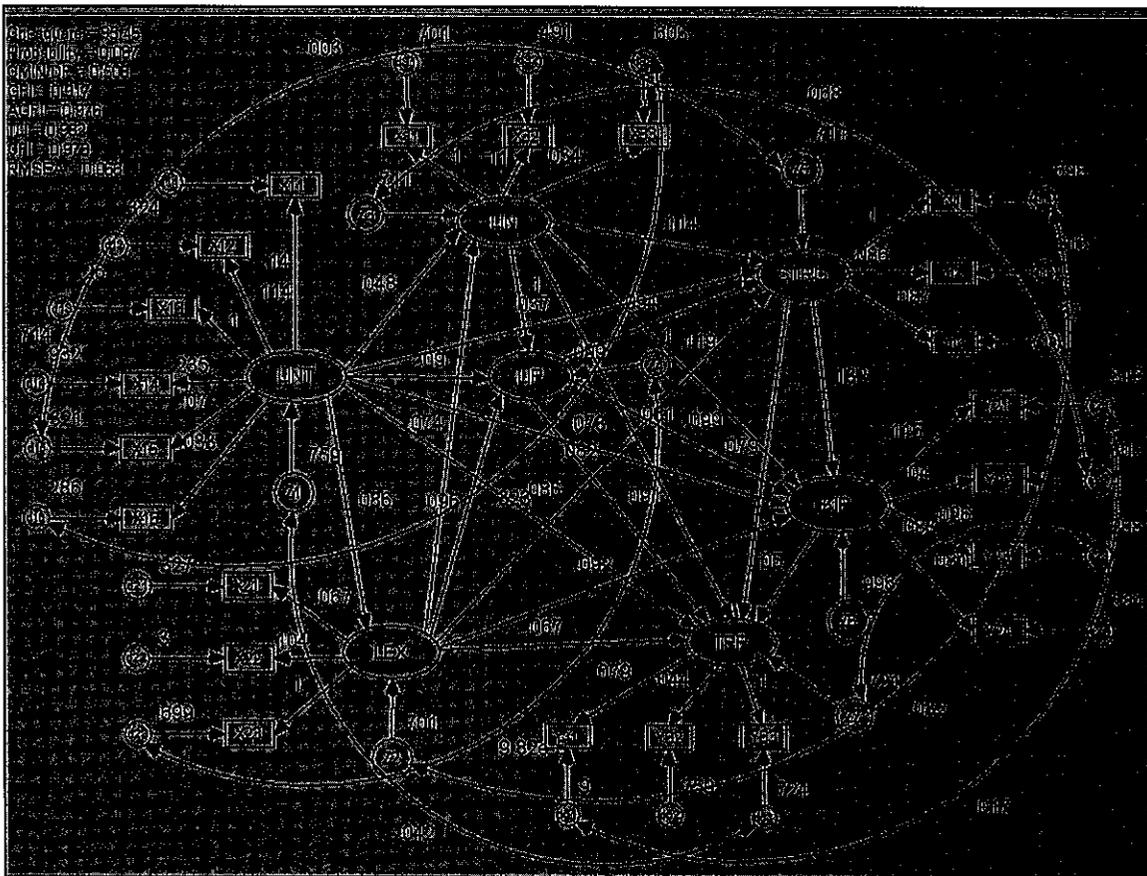
Dari tiga pengaruh signifikan Lingkungan Internal (LINT), pengaruhnya terhadap terhadap Lingkungan Eksternal (LEX) lebih dominan yang mengindikasikan kondisi dan aktivitas usaha perikanan tangkap yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta mempengaruhi kondisi lingkungan tempat usaha perikanan tangkap dilakukan, misalnya daya beli masyarakat, pola konsumsi masyarakat terhadap ikan laut, dan sebagainya. Sedangkan pengaruh Lingkungan Eksternal (LEX) terhadap Lingkungan Industri (LIN) yang bersifat positif signifikan mengindikasikan kondisi dan aktivitas masyarakat di Daerah Istimewa

Yogyakarta mempengaruhi aktivitas industri lainnya di luar usaha perikanan tangkap. Pengaruh positif signifikan Strategi Usaha (STRG) terhadap Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) ini memberi indikasi bahwa strategi usaha berperan penting dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Usaha penangkapan ikan yang menggunakan alat tangkap seser, sero, bubu, payang, jaring insang hanyut (JIH), jaring insang lingkaran, jaring insang lingkaran (JIL), *trammel net*, *gillnet*, krendet, dan *hand line* termasuk usaha perikanan tangkap yang sehat secara keuangan dan layak dilanjutkan. Dari sepuluh alat tangkap tersebut, sero, payang, jaring



Gambar 2. Model Pengembangan Industri Perikanan dengan Interaksi Kompleks Komponen Terkait

insang hanyut (JIH), *gillnet*, dan krendet mempunyai keuntungan bersih yang sangat bagus yaitu berturut-turut Rp 44.291.851, Rp 91.202.416, Rp 47.585.367, dan Rp 56.514.757.

Aspek manajemen merupakan aspek yang dipengaruhi signifikan paling dominan oleh lingkungan internal usaha perikanan (koefisien pengaruh =1,000 dengan nilai $p = 0,040$). Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen yang merupakan aspek internal paling sensitif dan dapat mengganggu kondisi internal industri perikanan. Aspek sosial dipengaruhi signifikan paling dominan oleh Lingkungan Eksternal. Pengaruh yang tinggi ini dapat dimungkinkan oleh sensitifnya masalah-masalah sosial (seperti masalah kesenjangan dalam penghasilan, kesempatan kerja, pendidikan, dan lainnya) sehingga berpotensi sangat serius mengganggu usaha perikanan tangkap yang ada. *Entry barrier* dipengaruhi signifikan paling dominan oleh lingkungan industri (koefisien pengaruh =1,000 dengan nilai $p = 0,045$). Hal ini mengindikasi keluar/masuk dari/ke usaha perikanan perlu diperhitungkan bila industri perikanan dikembangkan. Aspek keuangan merupakan aspek paling sensitif dalam menentukan strategi usaha perikanan tangkap yang dijalankan oleh masyarakat. *Feedback period* dipengaruhi signifikan paling dominan oleh kinerja industri perikanan. Kemampuan nelayan dalam pengembalian pinjaman, perputaran usaha pengolahan ikan, dan musim tangkap selalu menjadi pertimbangan nelayan dalam menjalankan usahanya. Aspek daya saing merupakan aspek yang paling diperhatikan dalam merumuskan tujuan pembangunan erikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta (koefisien pengaruh = 1,000 dengan nilai $p = 0,045$).

Dari tiga pengaruh signifikan Lingkungan Internal (model interaksi kompleks terkait konstruk), pengaruhnya terhadap Lingkungan Eksternal lebih dominan yang mengindikasikan maju-mundurnya aktivitas usaha perikanan tangkap di Daerah Istimewa Yogyakarta sangat mempengaruhi kondisi lingkungan tempat usaha tersebut dilakukan. Pengaruh Lingkungan Eksternal terhadap Lingkungan Industri bersifat positif signifikan. Pengaruh positif signifikan Strategi Usaha (STRG) terhadap Tujuan Pembangunan Perikanan (TPP) ini memberi indikasi bahwa strategi usaha berperan penting dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, pengembangan usaha perikanan tangkap disarankan dilakukan melalui pembentukan Unit Bisnis Perikanan Terpadu (UBPT). Hal ini direalisasikan dengan tahapan : (a) penyusunan regulator untuk lingkungan bisnis kondusif, yang dapat menjadi dasar pelaksanaan UBPT dengan berorientasi pada aspek manajemen, sosial, keuangan, daya saing, *feedback period* dan *entry barrier*; (b) pada saat UBPT dijalankan, aspek teknologi, ekonomi, pemasaran, *growth* dan *sustainable UBPT* langsung dibenahi sehingga UBPT mempunyai *bargening position* dalam bisnis perikanan tangkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP). 2003. Pedoman Umum Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP).
- Dinas Perikanan dan Kelautan DIY. 2004. Rencana Strategis 2004 – 2008. Yogyakarta.
- Departemen Kelautan dan Perikanan. 2005. Rencana Strategis Pembangunan Kelautan dan Perikanan tahun 2005-2009. Jakarta. 2005.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modelling* dalam Penelitian Manajemen. BP UNDIP. Semarang.
- Gunawan, S. 1996 Membangun Perekonomian Rakyat. Ekonomi Pembangunan. IDEA dan Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Porter, Michael. L. 1980. *Competitive Strategy*, A Division of Mac Millon Publishing Co, Inc. New York.