

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Produksi.....	17
2.1.2 Efisiensi Produksi.....	20
2.1.3 Pemasaran.....	21
2.1.4 Saluran Pemasaran dan Lembaga Pemasaran.....	23
2.1.5 Efisiensi Pemasaran.....	27
2.1.6 Paradigma <i>Structure-Conduct-Performance</i> (SCP).....	29
2.1.4.1 Struktur Pasar.....	30
2.1.4.2 Perilaku Pasar	33
2.1.4.3 Kinerja Pasar.....	34
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	48
3.3 Penentuan Sampel	49
3.3.1 Sampel Pembudidaya Ikan	49
3.3.2 Sampel Lembaga Pemasaran	51
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	53
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	54
3.6 Metode Analisis	55
3.6.1 Analisis Pemasaran.....	55

3.6.2 Analisis Struktur, Kinerja dan Perilaku Pasar	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	66
4.2 Identitas Responden	74
4.2.1 Identitas Responden Pembudidaya Ikan	74
4.2.2 Identitas Responden Pengepul/Tengkulak	77
4.2.3 Identitas Responden Pedagang Besar	78
4.2.4 Identitas Responden Pengecer	79
4.3 Analisis Saluran Pemasaran	80
4.4 Analisis Lembaga Pemasaran	82
4.5 Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja	83
4.5.1 Analisis Struktur Pasar	84
4.5.1.1 Struktur Pasar di Tingkat Pembudidaya Ikan	84
4.5.1.2 Struktur Pasar di Tingkat Pedagang Pengepul	85
4.5.1.3 Struktur Pasar di Tingkat Pedagang Besar	86
4.5.1.4 Struktur Pasar di Tingkat Pengecer	88
4.5.2 Analisis Perilaku Pasar	90
4.5.2.1 Sistem Penentuan dan Pembentukan Harga	91
4.5.2.2 Praktik Penjualan dan Pembelian	92
4.5.2.3 Sistem Jaringan Kerjasama antar Lembaga Pemasaran	93
4.5.3 Analisis Kinerja Pasar	94
4.5.3.1 Marjin Pemasaran Ikan Gurami	94
4.5.3.2 Farmer's Share Pemasaran Ikan Gurami	96
4.5.3.3 R/C Ratio	97
4.5.4 Analisis Efisiensi Pemasaran	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Keterbatasan	102
5.3 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	107