

**ANALISIS EKSPOR IKAN HIAS DI CV.COLISA AQUARIA
DALAM MENGHADAPI LIBERALISME PERDAGANGAN**

SKRIPSI

SOSIAL EKONOMI PERIKANAN

Oleh :

DJASRIN

NIM.0410842002



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS PERIKANAN

MALANG

2007

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul Analisis Ekspor Ikan Hias di Koperasi Kota Bogor Unit Usaha perikanan CV.Colisa Aquaria dalam Menghadapi Liberalisme Perdagangan.Laporan Skripsi ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Perikanan pada Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya Malang.

Dalam penulisan proposal ini, penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak; oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Abdul Qoid,MS selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberi pengarahan dalam penyusunan laporan skripsi.
2. Bapak Ir.Mimit Primyastanto,MP, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis.
3. Bapak, Ibu, Seta Saudara – Saudara ku yang berada disebelah pulau nan jauh disana yang selalu mendoakan dengan penuh kesabaran dan dorongan semangat.
4. Staf Koperasi kota Bogor khususnya unit usaha perikanan yang telah memberikan dan membantu selama penelitian.
5. Keluarga Besar ALJERS,djakouzha crew,Borokokok crew,atas bantuan dan persaudaraan yang terbina selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan tugas akhir ini masih banyak kekurangannya karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bermanfaat, sangat penulis harapkan. Semoga penulisan laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Malang, Juli 2007

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 1. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Dasar Pemikiran	3
1.3 Perumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
 2. TINJAUAN PUSTAKA	 8
2.1 Pengertian Ekonomi dan Perdagangan Internasional	8
2.2 Uraian Teoritis Tentang Ekspor dan Impor	8
2.3 Perkembangan Liberalisme Perdagangan	9
2.3.1 Kerjasama Perdagangan Bebas ASEAN (AFTA)	10
2.3.2 Kebijakan dan Upaya dalam Menghadapi AFTA	12
2.3.2.1 Kebijakan dalam Menghadapi AFTA	12
2.3.2.2 Upaya Meningkatkan Daya Saing Sektor Perikanan	14
2.3.2.3 Pembenahan Sistem Agribisnis	16
2.4. Peranan Perdagangan Internasional	17
2.5 Variabel – Variabel Penentu Ekspor	18
2.5.1 Gross National Product (GNT)	18
2.5.2 Harga	19
2.5.3 Kurs	20
2.5.4 Produksi	21
2.5.5 Konsumsi	22
2.6 Koperasi	22
2.6.1 Pengertian Koperasi	22
2.6.2 Azas – Azas Koperasi	23
2.6.3 Identitas Koperasi	24

2.6.4 Jenis Koperasi	25
2.6.5 Bentuk Koperasi.....	26
2.7 Sejarah Ikan Hias	26
3. METODELOGI PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.2 Metode Analisis Data	29
3.2.1 Analisis Linear Berganda	29
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Keadaan Umum Perusahaan	33
4.1.1 Sejarah Perusahaan	33
4.1.2 Lokasi Perusahaan	34
4.1.3 Visi,Misi dan Tujuan	34
4.1.4 Sarana dan Prasarana	35
4.2 Struktur Organisasi	39
4.3 Sumberdaya Manusia.....	42
4.3.1 Pengadaan Karyawan	43
4.3.2 Integrasi dan Pengadaan Karyawan	43
4.3.3 Pemberhentian	44
4.4 Gambaran Umum Perdagangan Ikan Hias.....	44
4.5 Ikan Hias Indonesia dalam menghadapi liberalisasi Perdagangan	45
4.6 Saluran Tataniaga di CV.Colisa Aquaria.....	47
4.6.1 Pelaksanaan Fungsi – Fungsi Tataniaga	48
4.7. Keragaan Model Dugaan	51
4.7.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Ikan Hias.....	51
5. KESIMPULAN	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Ukuran plastik yang di gunakan	36
2. Ukuran Kantong Plastik dalam 1 Box Besar	37
3. Ukuran Kantong Plastik dalam 1 Box kecil.....	37
4. Komposisi Karyawan.....	42
5. Hasil Analisis Faktor – Faktor yang mempengaruhi Ekspor Ikan Hias ...	51

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Saluran Tataniaga Ikan Hias	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Data Output Regresi Linear Berganda	58
2. Struktur Organisasi CV.Colisa Aquaria	63
3. Peta Kota Bogor	64
4. Fasilitas Yang Terdapat di CV.Colisa Aquaria	65
5. Sarana dan Prasarana yang dibutuhkan dalam Pengeksporan.....	66



RINGKASAN

D J A S R I N. Analisis Ekspor Ikan Hias Di Koperasi Kota Bogor Unit Usaha Perikanan CV.Colisa Aquaria Dalam Menghadapi Liberalisme Perdagangan.(Di bawah bimbingan Ir.Abdul Qoid,MS dan Ir.Mimit Primyastanto,MP).

Potensi perikanan nasional Negara Indonesia memiliki prospek yang cerah dimasa depan. Menurut Rahardi (1993), luas perairan umum di Indonesia saat ini ± 14 juta ha, meliputi 11,95 juta ha sungai dan rawa, 1,78 juta ha danau alam serta 0,03 juta ha danau buatan. Di perairan tersebut hidup bermacam – macam jenis ikan. Hal ini merupakan potensi alami yang sangat bagus untuk pengembangan usaha perikanan di Indoonesia.

Seiring dengan pergeseran pola konsumsi ikan dari pemenuhan kebutuhan pangan ke arah pemuasan rohani, dunia perdagangan ikan hias mulai mendapat perhatian yang serius dari masyarakat. Dengan adanya keinginan masyarakat untuk menikmati, memiliki, dan membudidayakan ikan hias baik dalam akuarium maupun dikolam. Kondisi ini tidak disia-siakan oleh para pemilik modal untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya, sehingga kesempatan yang ada menyebabkan para pedagang menjadikan bisnis ikan hias sebagai mata pencaharian yang sangat menjanjikan.

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Kota Bogor Unit Usaha Perikanan CV.Colisa Aquaria , Bogor Pada Bulan Februari – Maret 2007. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat ekspor ikan hias dalam menghadapi liberalisme perdagangan. Mencari alternaif pemecahan permasalahan tingkat daya saing ekspor komoditas ikan hias Indonesia. Dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh liberalisme perdagangan terhadap ekspor ikan hias.

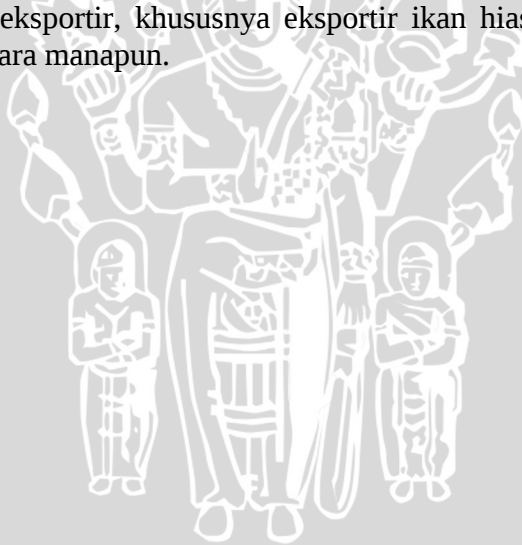
Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menggunakan jenis data primer dan sekunder, serta menggunakan metode analisis data regresi linear berganda

Hasil dugaan menunjukkan bahwa persamaan volume ekspor ikan hias indonesia berhubungan positif dengan volume produksi ikan hias indonesia dan harga ikan hias dunia. Volume ekspor ikan hias indonesia berhubungan secara negatif dengan peminat ikan hias domestik dan harga ikan hias yang berlaku di indonesia. Hasil analisis menunjukkan nilai F hitung sebesar 265,486 dimana nilai tersebut lebih besar dari F tabel (4,02) pada taraf kepercayaan 90% atau $\alpha = 10\%$. Hal ini berarti secara statistik keseluruhan variabel indenpenden yang dimasukkan dalam model secara bersama – sama berpengaruh terhadap ekspor ikan hias Indonesia Nilai koefisien determinasi dari hasil analisis adalah sebesar 0,968. Hal ini menunjukkan bahwa 96,08 % variabel ekspor ikan hias indonesia dapat dijelaskan oleh variabel bebas seperti ; Minat Ikan Hias Domestik, Harga Ikan Hias di Pasar Internasional, Harga Ikan Hias Domestik, dan Produksi Ikan Hias. yang dimasukkan dalam model, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Berdasarkan uji t, faktor – faktor yang mempengaruhi ekspor ikan hias indonesia adalah sebagai berikut : Minat Ikan Hias Domestik (MIHD), dimana Peminat ikan hias domestik berpengaruh secara nyata terhadap ekspor ikan hias indonesia. Hal ini bisa dilihat dari nilai t. hitung (0,104). lebih kecil dari nilai t tabel (1,310). Pada tingkat kepercayaan 90% atau $\alpha = 0,010$., Harga Ikan Hias di Pasar Internasional (HIPI), dimana Dari hasil analisis menunjukkan produksi ikan hias dalam negeri berpengaruh secara nyata

terhadap ekspor ikan hias indonesia. Hasil uji t diperoleh t hitung sebesar 2,710, pada taraf kepercayaan 90%, dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,310. Harga Ikan Hias Domestik (HIHD), dimana Hasil uji t pada variabel harga dunia ikan hias diperoleh t hitung sebesar 1,653 pada taraf kepercayaan 90 % dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,310. Hal ini berarti variabel harga dunia berpengaruh secara nyata terhadap volume ekspor ikan hias indonesia. Produksi Ikan Hias (PIH), Dari hasil analisis menunjukkan produksi ikan hias dalam negeri berpengaruh secara nyata terhadap ekspor ikan hias indonesia. Hasil uji t diperoleh t hitung sebesar 5,895 pada taraf kepercayaan 90%, dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,310, Hal ini berarti setiap peningkatan produksi ikan hias dalam negeri akan mempengaruhi volume ekspor ikan hias Indonesia. Ikan hias indonesia sejak awal dibudidayakan merupakan komoditas yang ditujukan untuk ekspor

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa : Dari hasil analisis yang dilakukan, variabel – variabel bebas yang digunakan seperti ; minat ikan hias domestik, harga ikan hias di pasar internasional, harga ikan hias domestik, serta produksi ikan hias, sebagian besar berpengaruh secara nyata terhadap peningkatan ekspor ikan hias. Peningkatan produksi, pelayanan terhadap konsumen baik itu dari segi kuantitas maupun kualitas, serta tetap konsisten dalam menjaga kepercayaan yang telah diberikan para konsumen merupakan solusi agar tetap dapat bersaing dalam perdagangan ekspor ikan hias. Dengan diberlakukannya liberalisasi perdagangan, memberikan peluang dan kebebasan kepada para eksportir, khususnya eksportir ikan hias untuk melakukan transaksi perdagangan ke negara manapun.



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dan Dialah, Allah SWT yang menundukan lautan (untukmu) agar kamu dapat memakan dari padanya daging yang segar (ikan) dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai dan kamu melihat bahtera berlayar padanya dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia- Nya dan supaya kamu bersyukur (An Nahl : 14)

Pembangunan perikanan sebagai bagian dari pembangunan pertanian dan pembangunan nasional, diarahkan untuk mencapai tujuan dan cita – cita luhur bangsa Indonesia dalam mewujudkan suatu masyarakat adil dan merata, materil, dan spiritual, berdasarkan pancasila dan undang – undang dasar 1945. Perikanan mempunyai peranan yang cukup penting, terutama dikaitkan dengan upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi perikanan yang diarahkan untuk meningkatkan pendapatan dan taraf hidup nelayan. menghasilkan protein hewani dalam rangka memenuhi kebutuhan pangan , meningkatkan ekspor, menyediakan bahan baku industri, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha , serta mendukung pembangunan wilayah dengan tetap memperhatikan kelestarian dan fungsi lingkungan hidup (Parwinia,2001)

Dari keempat sub sektor pertanian maka perikanan merupakan salah satu sumber pertumbuhan baru perekonomian mengingat prospek pasar, baik dalam negeri maupun internasional cukup cerah.(Syaukani,2004).

Pencanangan dan target ekspor terhadap hasil perikanan yang di kedepankan pemerintah sekarang tidak terlalu berlebihan, jika kita tengok potensi yang terkandung di perairan laut dan darat. Dengan luas 2/3 lautan dan potensi perikanan darat yang

besar, maka target ekspor tersebut menggambarkan bahwa secara riil potensi perikanan merupakan salah satu lokomotif perekonomian yang harus digarap dan ditingkatkan pengembangannya.

Permintaan pasar yang terus meningkat di pasaran domestik maupun internasional, merupakan sisi lain yang mendukung tumbuh dan berkembangnya usaha di sektor perikanan. Menurut Fauzi (2005), jumlah produksi perikanan di Indonesia saat ini sekitar 4,8 juta ton pertahun. Dari jumlah tersebut sekitar 78% atau lebih kurang 3,7 juta ton adalah hasil produksi dari sektor perikanan laut. Dari total produksi ikan laut maupun ikan tawar sekitar 4,8 juta ton, hanya 0,6 juta ton yang diekspor keluar negeri. Pada tahun 1997 sektor perikanan mampu mengumpulkan devisa senilai US\$ 2,05 miliar, atau meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai US\$ 1,9 miliar. Pangsa pasar yang begitu besar untuk ekspor beberapa komoditas andalan seperti udang, kerapu, tuna, cakalang, ikan hias ke pasar internasional seperti Singapura, hongkong, jepang, amerika serikat dan Negara – Negara eropa merupakan target utama penjualan hasil perikanan.

Kecendrungan permintaan ikan dunia yang terus meningkat dari permintaan ikan dunia, berakibat pada meningkatnya volume ekspor luar negeri baik ikan atau udang Indonesia, oleh karena itu diharapkan dapat diketahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhinya. Faktor – faktor itu antara lain berupa kurs rupiah terhadap mata uang Negara tujuan ekspor, harga komoditi yang diekspor, produksi komoditi yang diekspor dan GNP negara tujuan ekspor. Maka perlukan diadakan penelitian khusus yang menganalisis sejauh mana faktor – faktor tersebut mempengaruhi volume ekspor perikanan ke mancanegara. Dengan demikian dapat dirumuskan strategi atau kebijakan

yang terbaik dalam mengembangkan komoditas perikanan Indonesia di Pasar internasional.

1.2. Dasar Pemikiran

Potensi perikanan nasional Negara Indonesia memiliki prospek yang cerah dimasa depan. Menurut Rahardi (1993), luas perairan umum di Indonesia saat ini $\pm$ 14 juta ha, meliputi 11,95 juta ha sungai dan rawa, 1,78 juta ha danau alam serta 0,03 juta ha danau buatan. Di perairan tersebut hidup bermacam – macam jenis ikan. Hal ini merupakan potensi alami yang sangat bagus untuk pengembangan usaha perikaan di Indoonesia.

Menurut Kusumastanto (2001), dari sisi neraca perdagangan ekspor – impor pada tahun 1997, saat itu terjadi krisis ekonomi, bidang kelautan masih mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya (surplus), pada tahun tersebut sektor perikanan mencapai US\$ 1,9 milliyar dan impor mencapai 129,41 juta. Dengan demikian, surplus perdagangan ekspor – impor pada saat itu mencapai US\$ 1,78 miliar.

Indonesia mempunyai potensi dan peluang disektor perikanan. Dalam usaha memperoleh devisa disektor non migas, ikan hias merupakan produk perikanan yang bisa dikembangkan dan memungkinkan untuk meraih pangsa pasar yang lebih besar diluar negeri. Ini dapat dilihat dari potensi ikan hias asli Indonesia cukup menggiurkan menurut catatan seorang ahli ikan hias dari Norwegia, Indonesia mempunyai 250 jenis ikan hias bernilai ekonomis, angka ini jauh lebih tinggi bila dibandingkan dengan Negara Srilangka. Namun sangat disesalkan bahwa potensi ini belum dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh petani ikan dan pengusaha, sehingga daya saing yang cukup kuat bagi komoditas ikan hias Indonesia diluar negeri kurang mendapatkan dukungan (Afrianto dan Liviawaty, 1990).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik 2002, permintaan terhadap komoditas ikan hias dari tahun ke tahun jumlahnya terus meningkat, ini dapat dilihat dari penyerapan produk ikan hias Indonesia dipasar internasional pada tahun 2000 mencapai 6.639.427 kg dan pada tahun 2001 meningkat menjadi 7.524.834 kg. Sedangkan tujuan ekspor ikan hias Indonesia terutama meliputi Negara Jepang, Singapura, dan Eropa, potensi ikan hias Indonesia sebagai barang dagangan yang cukup banyak peminatnya tampaknya hanya diinginkan oleh penduduk di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Semarang, dan kota-kota lain, khususnya di pulau Jawa (Lingga dan Susanto, 2003 dalam Santoso 2004).

Seiring dengan pergeseran pola konsumsi ikan dari pemenuhan kebutuhan pangan ke arah pemuasan rohani, dunia perdagangan ikan hias mulai mendapat perhatian yang serius dari masyarakat. Dengan adanya keinginan masyarakat untuk menikmati, memiliki, dan membudidayakan ikan hias baik dalam akuarium maupun dikolam. Kondisi ini tidak disia-siakan oleh para pemilik modal untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya, sehingga kesempatan yang ada menyebabkan para pedagang menjadikan bisnis ikan hias sebagai mata pencaharian yang sangat menjanjikan.

Dan prinsipnya bisnis adalah bisnis (di jalan) Allah semata. Allah SWT berfirman “ Apa saja yang Allah anugerahkan kepada manusia berupa rahmat, maka tidak ada seorang pun yang dapat menahannya dan apa saja yang ditahan oleh Allah maka tidak ada seorang pun yang dapat melepaskannya sesudah itu. Dan Dialah yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana” (QS. Fathir 35:2). Artinya, yang sangat luar biasa sangat

penting adalah kesadaran bahwa tidak memungkinkan terjadi transaksi kecuali izin Allah SWT

1.3. Perumusan Masalah

Saat ini Indonesia merupakan produsen ikan terbesar keenam didunia dengan volume produksi enam juta ton (FAO,2003). Bila Indonesia mampu meningkatkan produksi perikananannya, terutama yang berasal dari usaha perikanan budidaya, menjadi 50 juta ton per tahun (75% dari total potensi), maka Indonesia bakal menjadi produsen perikanan terbesar di dunia. Kebutuhan nasional dan dunia atas komoditi perikanan sangat besar.(Dahuri,2005).

Rata - rata Produksi ikan hias setiap tahun mencapai kisaran 7,5 juta ekor. Sementara itu, rata – rata jumlah ikan hias yang di ekspor ke mancanegara menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan. Jumlah ekspor ikan hias tahun 2004 mencapai angka 6,8 juta ekor dengan nilai kisaran Rp 4, 25 miliar, sedangkan pada tahun sebelumnya sekitar 6,4 juta ekor dengan nominal sekitar Rp 3 miliar lebih. Adapun Negara tujuan ekspor ikan hias tersebar mulai dari Asia antara lain Singapura, Taiwan, Jepang, Cina dan India, lalu Amerika serikat dan Kanada. Di eropa antara lain Prancis, Inggris, Belanda, Jerman.

Sebenarnya Negara kita telah menjadi eksportir sejak tahun 1970-an, dengan Negara tujuan Singapura dan Hongkong dengan nilai ekspor sekitar US\$ 100.000. pertahun. Dari dua Negara tersebut ikan hias Indonesia diperdagangkan keseluruhan penjuru dunia. Menurut data tidak kurang dari lima puluh Negara telah menjadi pasar ikan hias Indonesia. Akan tetapi, dikarenakan melalui proses tengkulak di Singapura dan hongkong. Sehingga devisa yang kita peroleh dari perdagangan ikan hias internasional ini

tidak terlalu besar, sejauh ini devisa ikan hias tertinggi adalah 12 juta US\$, pada tahun 2002.

Ironisnya, Singapura justru mengungguli Indonesia dalam hal perdagangan ikan hias. Mereka mendominasi pasar eropa sampai 25%, sementara ekspor ikan hias Indonesia hanya 9%. Singapura juga memegang 30% pasaran ikan hias di Amerika, sedangkan Indonesia hanya 6%. Namun, sebagian eksportir Indonesia rupanya sudah puas dengan memasok ikan hias kepada para pembeli dari Singapura. Sedangkan para eksportir Singapura ini bisa menjual kembali dengan harga yang berlipat – lipat ke pembeli dinegara lain.

Untuk mengatasi dominasi dari Singapura, langkah yang perlu diambil yaitu dengan melepas ketergantungan para eksportir Indonesia terhadap Singapura. itu dapat direalisasikan dengan mengadakan pameran ikan hias didalam dan luar negeri Dengan begitu para eksportir dapat bertemu langsung dengan para importir dari Amerika , Eropa maupun Negara lainnya. Disisi lain, memang para eksportir Singapura mempunyai kelebihan sehingga dapat menguasai pasar ikan hias di berbagai Negara. Mereka bisa menjaga pasokan, jumlah, mutu, dan ukuran. Hal tersebut bisa dilakukan karena mereka memiliki raiser untuk membesarkan ikan hias. Selain itu juga pemerinah harus mulai menata kembali aturan yang lebih relevan, karena banyak kententuan pemerintah yang kurang mendorong daya saing ikan hias Indonesia.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis tingkat ekspor ikan hias dalam menghadapi liberalisme perdagangan.
2. Mencari alternatif pemecahan permasalahan tingkat daya saing ekspor komoditas ikan hias Indonesia.
3. untuk mengetahui seberapa besar pengaruh liberalisme perdagangan terhadap ekspor ikan hias.

1.5. Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan menghasilkan suatu informasi dan kontribusi terhadap beberapa pihak antara lain :

1. Pengusaha Swasta (eksportir), sebagai bahan informasi dan pertimbangan tentang prospek ekspor ikan hias untuk tahun yang akan datang.
2. Pemerintah (Dinas Perikanan), sebagai bahan pertimbangan kebijaksanaan ekspor khususnya ikan hias, serta sebagai bahan evaluasi terhadap perkembangan ekspor ikan hias.
3. Perguruan Tinggi, penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi dalam pengembangan keilmuan dan mendukung kesempurnaan ilmu pengetahuan dalam rangka menjalin mitra kerja yang sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi
4. Peneliti, sebagai tambahan suplemen pengetahuan dan pengalaman dalam bidang ilmu Sosial Ekonomi Perikanan untuk dapat melakukan penelitian selanjutnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Ekonomi dan Perdagangan Internasional

Menurut Krugman (2003) ekonomi internasional berisikan tentang persoalan – persoalan yang muncul karena masalah – masalah khusus yang terjadi dalam interaksi bangsa yang berdaulat. Ekonomi internasional menggunakan metode – metode analisis dasar yang sama seperti yang digunakan oleh cabang – cabang ilmu ekonomi lainnya, karena motif dan perilaku – perilaku individu serta perusahaan dalam perdagangan internasional, persis sama dengan yang dijumpai dalam transaksi – transaksi domestik ilmu ekonomi tentang perekonomian internasional dapat dibagi kedalam dua sub bidang luas ; studi tentang perdagangan internasional dan studi mengenai keuangan internasional. Analisis perdagangan internasional terutama menitikberatkan pada transaksi – transaksi riil dalam perekonomian internasional, yaitu transaksi yang meliputi pergerakan barang secara fisik atau suatu komitmen atas sumberdaya ekonomi yang tampak (*a tangible commitment of economic resources*). Analisis ekonomi internasional menitikberatkan kepada sisi moneter dari perekonomian internasional yaitu mengenai transaksi finansial seperti pihak luar negeri membeli dolar Amerika Serikat.

2.2. Uraian Teoritis tentang Ekspor dan Impor

Menurut kamus istilah ekonomi karangan Rochaety (2005), ekspor merupakan kegiatan perdagangan suatu perusahaan untuk mengeluarkan barang dari wilayah pabean, diperjualbelikan atau diperdagangkan di wilayah pabean Negara lain. dalam kegiatan ekspor diperlukan mata uang yang disepakati oleh kedua belah pihak sebagai

alat pembayaran yang sah bagi barang yang diekspor. Dokumen yang dipersyaratkan pembeli misalnya, syarat pembayaran, premi asuransi dan lain – lain.

Sedangkan impor merupakan arus masuk sejumlah barang atau jasa ke pasar sebuah Negara, baik untuk keperluan konsumsi atau sebagai barang modal maupun untuk bahan baku produksi dalam negeri. Semakin besar impor, secara positif dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk tersebut, tetapi negatifnya bisa mematikan produk sejenis dalam negeri, serta yang paling mendasar yakni mengurangi devisa Negara.

2.3. Perkembangan Liberalisme Perdagangan

Perkembangan ekonomi dunia dewasa ini semakin menuju ke arah keterbukaan hubungan ekonomi antar bangsa. Hal ini ditandai (antara lain) dengan ratifikasi kesepakatan GATT Putaran Uruguay serta Deklarasi Bogor dalam rangka APEC, CEPT (*Common Effective Preferential Tariff*) dalam AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) dan kesepakatan regional lain dalam semangat untuk menciptakan perdagangan internasional dan regional yang lebih bebas. Kondisi ekonomi dunia yang lebih terbuka dan bebas, di samping membuka peluang usaha dan ekspor yang lebih luas, juga mengisyaratkan bahwa persaingan di pasar domestik maupun di pasar dunia semakin meningkat. Dalam kondisi seperti ini, tidak ada jalan lain bagi Indonesia kecuali terus melakukan upaya peningkatan daya saing melalui peningkatan efisiensi dalam berbagai kegiatan (Erwidodo, 1997).

Dalam teori ekonomi diungkapkan bahwa perdagangan global yang bebas dari praktek diskriminasi, secara umum akan menguntungkan bagi negara-negara yang melaksanakannya, walaupun diakui bahwa manfaat yang dapat diterima oleh masing-masing negara tidak akan sama (Amang dan Sawit, 1997).

Menjelang diberlakukan persetujuan kerjasama ekonomi negara-negara ASEAN (AFTA) pada tahun 2003, Indonesia dihadapkan pada persaingan perdagangan regional yang semakin ketat khususnya bagi komoditas non migas. Liberalisme ekonomi memang tidak dapat dihindari. Hal ini ditandai dengan keinginan sejumlah negara untuk menciptakan perdagangan dunia yang bebas dari praktek - praktek diskriminasi dan restriksi. Dengan demikian, arus barang dan jasa diharapkan dapat mengalir dari dan ke negara tertentu mengikuti aturan dan prinsip liberalisme perdagangan (Pasaribu, 1997).

2.3.1. Kerjasama Perdagangan Bebas ASEAN (AFTA)

Keikutsertaan Indonesia di dalam AFTA tidak terlepas dari keanggotaan Indonesia di dalam ASEAN itu sendiri yang berdiri pada tanggal 8 Agustus 1967 di Bangkok. Pembentukan ASEAN menempatkan sasaran utama pada pertumbuhan ekonomi, kemajuan sosial serta pengembangan budaya di samping peningkatan stabilitas dan perdamaian kawasan. Kemudian *Declaration of ASEAN Concord* yang ditandatangani di Bali tanggal 24 Februari 1976 menekankan negara-negara anggota untuk bekerjasama dalam bidang perdagangan selain untuk mendorong pembangunan dan pertumbuhan produksi baru. Berdasarkan struktur pembentukan AFTA, tahap-tahap kerjasama perdagangan intra-ASEAN secara intensif dibicarakan, *pertama* pada periode KTT ASEAN I – KTT ASEAN III (1976-1980), serta ASEAN *Preferential Trade Arrangement* (PTA) yang diperkenalkan pada tahun 1977 dan juga menandai komitmen pertama negara-negara ASEAN untuk liberalisasi perdagangan. *Kedua*, antara KTT ASEAN III sampai KTT ASEAN ke IV. KTT ASEAN III tersebut merupakan forum penting di dalam kerjasama ekonomi intra-regional. Lebih lanjut, KTT Manila telah memperkuat program-program ekonomi ASEAN yang telah ada, terutama PTA dan ASEAN *Industrial Joint Ventures*. Sedangkan tahap ketiga, dimulai sejak KTT ASEAN

IV tahun 1992. AFTA dilaksanakan dengan instrument CEPT *Scheme*, yang diperkenalkan pada Januari 1993. Ditjen Kerjasama ASEAN (2002), mengemukakan bahwa komitmen utama dibawah CEPT-AFTA hingga saat ini meliputi 4 elemen, yaitu :

1. Program pengurangan tingkat tarif yang secara efektif sama di antara negaranegara ASEAN hingga mencapai 0-5 persen.
2. Penghapusan hambatan-hambatan kuantitatif (*quantitative restrictions*) dan hambatan-hambatan non-tarif (*non tariff barriers*).
3. Mendorong kerjasama untuk mengembangkan fasilitasi perdagangan terutama di bidang bea masuk serta standar dan kualitas.
4. Penetapan kandungan lokal sebesar 40 persen.

Proses menuju AFTA yang dilakukan melalui CEPT khususnya dalam pengurangan tarif, dilakukan melalui dua program, yaitu : Program Jalur Cepat (*Fast Track*) dan Program Jalur Normal (*Normal Track*) dengan memberlakukan bagi penurunan tarif beberapa komoditas tertentu secara bersamaan hingga tingkat 0-5 persen. Penurunan tarif tersebut dilakukan secara bertahap sehingga baru akan tercapai kondisi perdagangan bebas untuk seluruh komoditas selama lima belas tahun. Tahap pertama dilakukan mulai tanggal 1 Januari 1993.

Skema CEPT ini menurut Syamsumar (1995) mencakup produk-produk manufaktur termasuk barang modal dan produk perikanan olahan. CEPT sebagai instrumen pokok untuk melaksanakan AFTA pada awalnya hanya meliputi daftar produk olahan (produk akhir) perikanan yang terdaftar dalam *tariff lines*, namun selanjutnya disepakati untuk memasukan produk perikanan yang belum diolah diatur secara khusus sehingga pada akhirnya diklasifikasikan ke dalam tiga daftar komoditas, yaitu *immediate inclusion list*, *temporary exclusion list*, dan *sensitive list* yang terbagi

atas dua katagori, yaitu *sensitive group* dan *highly sensitive group*. Pada kesepakatan awal AFTA mulai efektif pada tahun 2008, namun setelah dikoreksi pada September 1994 di Chiang Mai, dimajukan menjadi tahun 2003. Pada saat itu, AFTA mencakup berbagai bidang kerjasama meliputi: bidang industri, keuangan dan perbankan, investasi, pangan, perikanan dan kehutanan, mineral, energi, transportasi dan komunikasi, pariwisata, jasa, dan hak intelektual Tujuan utama dari penerapan konsep AFTA adalah untuk meningkatkan volume perdagangan di antara sesama negara anggota (*trade creation*). Keadaan ini dimungkinkan karena melalui daerah perdagangan bebas, bea masuk (tarif) semua komoditas perdagangan dari seluruh negara anggota diturunkan mendekati 0 persen. Di samping itu, hambatan-hambatan yang bukan disebabkan bea masuk (*non tariff barrier*), seperti penerapan kuota impor terhadap komoditi tertentu juga harus dihilangkan.

2.3.2. Kebijakan dan Upaya Menghadapi AFTA

2.3.2.1. Kebijakan Dalam Menghadapi AFTA

Dalam menghadapi pelaksanaan AFTA, perlu ditetapkan kebijakan pokok yang harus ditempuh Indonesia dalam meningkatkan kegiatan perdagangan internasional sesama negara ASEAN dan sekaligus mengoptimalkan manfaat AFTA bagi pembangunan nasional. Secara umum kebijakan pokok itu menurut Syaukat (2001), adalah sebagai berikut.

a. Pemantapan Organisasi Pelaksanaan AFTA

AFTA sebagai suatu kegiatan baru dalam kerjasama ASEAN harus didukung oleh struktur organisasi yang kuat agar pelaksanaannya dapat berjalan sebagaimana mestinya. Struktur organisasi yang kuat sangat diperlukan karena AFTA harus dilaksanakan dengan baik, adil dan terarah sehingga dapat dimanfaatkan secara

maksimal dan merata. Juga diperlukan pengawasan yang ketat untuk menjaga agar jangan sampai terjadi kecurangan dalam pelaksanaan perdagangan yang akan merugikan negara tertentu.

b. Promosi dan Penetrasi Pasar

Kenyataan menunjukkan bahwa volume perdagangan Indonesia dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya, adalah nomor dua terkecil setelah Filipina, sedangkan volume perdagangan Indonesia dengan Singapura hanya 5,1 persen dari seluruh perdagangan intra-ASEAN. Keadaan tersebut terutama disebabkan oleh komoditas ekspor Indonesia belum banyak dikenal oleh Negara - negara ASEAN. Karena itu, keikutsertaan dalam pameran perdagangan internasional perlu ditingkatkan. Peningkatan kunjungan dagang sangat besar pula artinya dalam melakukan promosi dan penetrasi pasar hasil produksi Indonesia.

c. Peningkatan Efisiensi Produksi Dalam Negeri

Untuk meningkatkan efisiensi produksi dalam negeri, perlu diciptakan kondisi persaingan yang sehat di antara sesama pengusaha agar tidak terdapat “distorsi harga” bahan baku. Di samping itu, biaya-biaya non produksi secara keseluruhan dapat ditekan. Dalam kaitan ini, kebijakan deregulasi yang telah dijalankan pemerintah sejak beberapa tahun yang lalu perlu terus dilanjutkan dan diperluas kepada sektor-sektor riil yang langsung mempengaruhi kegiatan produksi dan selanjutnya perlu diusahakan agar pemberian fasilitas-fasilitas yang cenderung menciptakan kondisi monopoli dalam pengelolaan usaha perlu dihilangkan.

d. Peningkatan Kualitas Sumberdaya Manusia

Kualitas sumberdaya manusia Indonesia masih jauh lebih rendah dibandingkan kualitas sumberdaya manusia negara ASEAN lainnya. Oleh karena itu, dalam rangka

menghadapi AFTA, usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia perlu lebih ditingkatkan dengan mengembangkan sekolah kejuruan dan politeknik di masa mendatang.

e. Perlindungan Terhadap Industri Kecil

Pelaksanaan AFTA akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan, sehingga hanya perusahaan besar yang mampu terus berkembang. Perusahaan besar tersebut diperkirakan terus menekan industri kecil yang pada umumnya kurang mampu bersaing dengan para konglomerat. Untuk melindungi industri kecil tersebut, perlu diwujudkan sebuah undang-undang anti monopoli atau membentuk suatu organisasi pemersatu perusahaan-perusahaan berskala kecil.

2.3.2.2 Upaya Meningkatkan Daya Saing Sektor Perikanan

Dalam upaya meningkatkan peran ekspor sektor perikanan, perlu dikembangkan produk-produk unggulan yang mampu bersaing di pasar, baik pasar domestik maupun pasar internasional. Pengembangan produk-produk unggulan dilaksanakan melalui serangkaian proses yang saling terkait serta membentuk suatu sistem agribisnis yang terdiri dari sistem pra produksi, produksi, pengolahan dan pemasaran (Kartasmita, 1996).

Schuckel (1994) dalam Risman (2001) mengemukakan bahwa sejalan dengan upaya peningkatan sektor perikanan maka kebijaksanaan pembangunan perikanan dapat diarahkan pada tiga kelompok: *pertama*, program yang ditujukan untuk memperbaiki alokasi sumberdaya.. *Kedua*, kebijakan harga hasil produk perikanan, antara lain berupa penetapan harga pembelian produk oleh pemerintah (*supor price*) program pengendalian produksi, pembelian surplus produk, pemberian subsidi ekspor, pembayaran defisiensi harga, penetapan tarif dan kuota impor, perencanaan konsumsi serta penggunaan surplus

produk yang dihasilkan. *Ketiga*, program-program yang dipersiapkan untuk memperbaiki distribusi pendapatan, seperti pemberian lahan secara gratis kepada petani, pengembangan koperasi kepada petani, pelayanan jasa konsultasi dan supervisi kredit, program perbaikan pengolahan lahan serta penyediaan dana untuk pemilikan dan perluasan rehabilitasi lahan perikanan.

Sementara itu dalam rangka meningkatkan daya saing produk-produk perikanan menurut Wibowo (1996) dalam Risman (2001), meliputi tujuh hal penting yang perlu diperhatikan. *Pertama*, kualitas produk. Perlu terus dikembangkan standar mutu hasil-hasil perikanan baik yang menyangkut bahan mentah maupun hasil olahannya. Meskipun tingkat proteksi dalam bentuk non tarif, terutama yang terbentuk *quantitative retriiction measure* akan berkurang, akan tetapi proteksi dalam bentuk persyaratan teknis nampaknya masih akan mewarnai perdagangan hasil perikanan pada masa yang akan datang. Keadaan seperti ini terbentuk dengan adanya tuntutan konsumen akan mutu yang semakin meningkat dengan semakin meningkatnya taraf hidup penduduk dunia, bahkan di negara-negara maju masyarakat akan menuntut adanya jaminan mutu sejak awal proses produksi hingga ke tangan konsumen. *Kedua*, kontinuitas. Jaminan kontinuitas suplai merupakan salah satu persyaratan mutlak bagi kelangsungan perdagangan. Kelangsungan suplai ini akan semakin mempengaruhi pemeliharaan pangsa pasar yang ada. *Ketiga*, waktu pengiriman. Ketetapan waktu pengiriman (*on time delivery*) barang ekspor merupakan tantangan bagi peningkatan ekspor perikanan. Masalah ketepatan waktu ini penting untuk produk-produk dalam bentuk segar, yang merupakan produk yang akan dipacu ekspor di masa depan. *Keempat*, teknologi. Dalam system agribisnis, peran teknologi hampir selalu dibutuhkan dalam setiap subsistemnya, mulai dari pengadaan sarana produksi, proses usaha, agroindustri maupun dalam

pemasaran hasilnya. Penyediaan informasi berbagai alternatif teknologi baru yang kompatibel merupakan kebutuhan dalam pengembangan agribisnis secara menyeluruh. *Kelima*, sumberdaya manusia. Pada sektor perikanan secara keseluruhan dilakukan oleh petani sebagai pelaku utama mencakup seluruh kegiatan subsektor. Kualitas sumberdaya manusia perikanan yang relatif rendah menjadi salah satu penyebab rendahnya produktivitas sektor perikanan. *Keenam*, negara pesaing Indonesia Sebagai negara pengekspor perikanan, Indonesia memiliki banyak pesaing yang secara tradisional menghasilkan produk-produk yang sama dengan produk-produk Indonesia. *Ketujuh*, insentif investasi. Investasi pemerintah di sektor pertikanan dapat berupa investasi langsung, seperti pencetakan tambak, pembangunan pelabuhan perikanan, pengadaan sarana produksi, pembuatan bengkel alat dan mesin perikanan; maupun yang tidak berkaitan dengan kegiatan produktif langsung, seperti pengeluaran untuk pembinaan sumberdaya manusia (penyuluhan, pendidikan, pelatihan), penelitian dan investasi barang serta pemasaran hasil perikanan.

2.3.2.3. Pembenahan Sistem Agribisnis

Untuk mendorong kegiatan produksi maupun kemampuan ekspor dari beberapa komoditas perikanan Indonesia, maka system agribisnis merupakan salah satu upaya di antara sekian banyak langkah yang dapat ditempuh oleh pemerintah dan para pengusaha di dalam pengelolaan kegiatan perikanan yang lebih berorientasi komersial, mengingat bahwa selama krisis moneter, sektor agribisnis mampu bertahan dalam struktur perekonomian nasional (Saragih, 1998).

Begitu pula Pranadji (1998) dan Sanim (1998) yang mengemukakan bahwa untuk menghadapi abad 21, system agribisnis yang dapat diandalkan adalah system yang dapat menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi di pasaran. Upaya ke arah itu

dapat ditempuh dengan melakukan modernisasi di bidang kelembagaan penunjangnya, seperti lembaga keuangan dan permodalan, asuransi, informasi pasar, iptek serta sumberdaya manusia khususnya yang berkaitan dengan penguasaan teknologi dan kewirausahaan. Dengan transformasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan produktivitas, kualitas, efektivitas, efisiensi dan jaminan mutu yang diakui oleh pihak luar negeri sehingga berguna untuk meningkatkan daya saing, di samping komponen lainnya seperti aktivitas promosi di dalam dan di luar negeri maupun pendirian pusat-pusat produksi komoditas andalan dan pusat pasar agribisnis.

2.4. Peranan Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional / antar Negara tidaklah banyak berbeda dan hanya merupakan kelanjutan saja dari perdagangan antar daerah, pokoknya terletak pada masalah jarak saja. Perbedaan harga yang terjadi untuk barang yang sama diantara dua atau lebih negara disebabkan oleh faktor perbedaan dalam proporsi serta intensitas faktor – faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang tersebut (Rosyadi, 2002).

Pada perdagangan internasional, pertukaran bisa memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, meskipun jumlah barang – barang yang tersedia keseluruhan tetap. Sumber dari keuntungan adalah perbedaan selera antar kedua konsumen tersebut. Pembagian manfaat perdagangan antara kedua belah pihak ditentukan oleh dasar penukarannya. Konsumen berhasil mendapatkan dasar penukaran yang baik, bisa memperoleh bagian manfaat yang besar.

Krugman (2003), menyatakan bahwa pengertian terpenting dalam ekonomi internasional secara keseluruhan adalah gagasan tentang adanya keuntungan perdagangan (*gains from trade*) yaitu jika suatu negara menjual barang dan jasa kepada negaranya

maka manfaatnya hampir pasti diperoleh kedua belah pihak, perdagangan menciptakan keuntungan dengan memberikan peluang kepada setiap negara untuk mengekspor barang – barang yang produksinya menggunakan sebagian besar sumberdaya yang melimpah di negara yang berangkutan serta mengimpor barang – barang yang produksinya menggunakan sumberdaya yang langka di negara tersebut.

Perdagangan internasional juga memungkinkan setiap negara melakukan spesialisasi, produksi terbatas ada barang – barang tertentu sehingga memungkinkan mereka mencapai tingkat efisiensi yang lebih tinggi dengan skala produksi yang besar manfaat perdagangan tidak hanya terbatas pada perdagangan barang – barang nyata (*tangible goods*) migrasi internasional dan hutang piutang internasionalpun merupakan bentuk – bentuk perdagangan yang saling menguntungkan yang pertama merupakan perdagangan / pertukaran tenaga kerja dengan barang dan jasa, yang kedua merupakan perdagangan barang sekarang dengan janji atau kompensasi barang dikemudian hari.

2.5. Variabel – Variabel Penentu Ekspor

2.5.1. Gross National Product (GNP)

Gross National Product (GNP) atau PNB (Produk Nasional Bruto) adalah nilai pasar untuk semua barang dan jasa akhir yang dihasilkan dalam suatu perekonomian selama satu tahun (Suparmoko, 1990).

Lebh lanjut dikatakan bahwa Produk Nasional Bruto perlu dibedakan dengan Produk Domestik Bruto kata “*nasional*” berarti kita sudah mengurangi atau menghilangkan pendapatan orang – orang asing yang ada di negara kita, dan sudah memasukan pendapatan bangsa kita yang ada di luar negeri. Sedangkan “*domestic*” berarti segala kegiatan atau produksi yang ada di negara kita yang terhitung, tidak peduli apakah itu milik orang asing atau tidak, sebagai contoh adalah penanaman modal milik

asing di negara kita. Tetapi kalau keuntungan dan devisanya tidak dihitung atau dikeluarkan maka akan kita peroleh PNB.

Dalam model perekonomian terbuka, analisa pengeluaran pendapatan nasional ditambah satu sektor lagi yaitu sektor luar negeri. Sektor luar negeri mencakup kegiatan ekspor (X) dan impor (M), sehingga kedua variabel tersebut dapat juga berpengaruh terhadap besar kecilnya pendapatan nasional. Produk Nasional Bruto dipakai untuk keperluan konsumsi rumah tangga (C), investasi sektor perusahaan (I), pengeluaran pemerintah (G) dan ekspor netto keluar negeri (X-M) atau kita dapat menyamakannya sebagai :

$Y = C + I + G + (X-M)$, dimana Y adalah PNB.

2.5.2. harga

Mekanisme harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya (kekuatan) tarik menarik antara konsumen dan produsen yang bertemu di pasar. Hasil netto dari kekuatan tarik menarik tersebut adalah terjadinya harga untuk setiap barang (dipasar barang) dan untuk setiap faktor produksi (di pasar Faktor produksi) pada suatu waktu hanya sesuatu barang mungkin naik karena gaya tarik konsumen menjadi lebih kuat, sebaliknya harga sesuatu barang turun apabila permintaan para konsumen lemah (Boedono, 1982).

Menurut Koeswara (1995), harga mempengaruhi volume penjualan oleh karena itu perusahaan harus mengatur harga jual sedemikian rupa sehingga pihak pembeli sanggup membelinya. Harga tersebut haruslah fleksibel, tidak bersifat kaku sehingga muda menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan harga. Hal ini perlu diperhatikan mengingat strategi yang digunakan perusahaan lain pada suatu ketika dapat memakai strategi harga untuk menarik pelanggan perusahaan tertentu.

Menurut Stanton (1985), manajemen harus menentukan terlebih dahulu sasaran penetapan harga (*pricing objective*) sebelum menetapkan harganya itu sendiri. Sasaran penetapan harga dibagi menjadi tiga, berorientasi pada laba, berorientasi pada penjualan atau berorientasi pada status quo, misalnya menstabilkan harga dan menangkai persaingan, jadi sasaran penetapan harga yang dipilih oleh perusahaan benar – benar sesuai dengan tujuan perusahaan dan tujuan program pemasarannya.

2.5.3.Kurs

Rochaety (2005), menyatakan bahwa nilai tukar / kurs (*exchange rate*) merupakan nilai penukaran uang antara satu valuta dengan valuta lainnya, yang dibedakan antara kurs beli (*bid / buying rate*) dengan kurs jual (*offer / selling rate*) pada umumnya penawaran nilai tukar dilakukan dengan dua arah (*bid offer rate*).

Menurut Rosyadi (2002), beberapa hal yang menyebabkan perbedaan nilai kurs adalah

1. Perbedaan antara kurs beli dan jual oleh pedagang valuta asing. Selisih kurs tersebut merupakan keuntungan dari pedagang valuta asing tersebut.
2. Adanya perbedaan waktu dalam pembayaran.
3. Adanya perbedaan tingkat keamanan dalam penerimaan hak pembayaran dalam hal ini bank asing yang terkenal (bonafide) nilai kursnya relatif tinggi dibandingkan dengan bank tidak bonafide.

Pada umumnya, kurs ditentukan oleh perpotongan kurva permintaan dan kurva penawaran pasar dari mata uang asing. Permintaan valuta asing timbul terutama bila justru negara mengimpor barang – barang dan jasa – jasa dari luar negeri atau melakukan investasi dan pinjaman luar negeri. Penawaran valuta asing timbul bila

sesuatu negara mengekspor barang – barang dan jasa – jasa atau menerima investasi dan pinjaman dari luar negeri.

2.5.4. Produksi

Produksi merupakan kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan dan menambah daya guna suatu barang dan jasa. Produksi berhubungan dengan daya guna barang dan jasa. Daya guna ini dititikberatkan pada kegunaan bentuk dan kegunaan tempat. Titik berat tersebut lebih lanjut membuat produksi perlu disokong oleh faktor – faktor berupa alam, tenaga kerja, modal, faktor produksi marginal, serta keterampilan teknis dan teknologi (Koontz, 1988).

Produksi memiliki tujuan – tujuan sebagai berikut :

- Menjaga kesinambungan usaha perusahaan dengan meningkatkan proses produksi secara terus menerus.
- Meningkatkan keuntungan perusahaan dengan cara meminimumkan biaya produksi.
- Meningkatkan jumlah , mutu dan modal produk.
- Memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut Primyastanto, dkk (2005), pengkajian faktor produksi yang berpengaruh dalam usaha perikanan dapat didekati melalui fungsi produksi. Produksi sebenarnya merupakan resultan pengaruh dari beberapa faktor. Hubungan ini dapat digambarkan dalam fungsi produksi. Fungsi produksi adalah hubungan fisik antara variabel yang dijelaskan biasanya berupa keluaran (produksi) atau outputnya dan variabel yang menjelaskan yaitu merupakan masukan (faktor produksi atau inputnya).

2.5.5. Konsumsi

Menurut Hutabarat (1994), konsumsi adalah kegiatan mengurangi atau menghabiskan daya guna / manfaat suatu barang dan jasa. Dari pengertian akan konsumsi tampaklah bahwa setiap barang dan jasa yang dikonsumsi memiliki nilai. Nilai itu dimiliki karena barang atau jasa yang bersangkutan. Berguna untuk memuaskan kebutuhan hidup manusia.

Menurut Boediono (1982), bahwa pengeluaran konsumsi rumah tangga selalu menduduki tempat utama dalam penggunaan produk domestik bruto, yaitu sekitar 60 % dari produk domestik bruto Indonesia setiap tahunnya. Keadaan ini umum terjadi dinegara mana saja bahwa konsumsi rumah tangga selalu menduduki tempat utama dalam distribusi penggunaan produk domestik bruto.

Kegiatan konsumsi tidak pernah terlepas dari perilaku konsumen. Menurut Rochaety (2005), Consumer behavior adalah kegiatan yang terkait langsung dengan upaya mendapatkan, mengkonsumsi, dan membuang produk berupa barang atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti kegiatan tersebut. Pengamatan perilaku konsumen menjadi dasar pertimbangan yang sangat penting dalam proses penetapan strategi pemasaran.

2.6. Koperasi

2.6.1. Pengertian Koperasi

Menurut Fay (1908) dalam Hendrojogi, pengertian koperasi adalah suatu perserikatan dengan tujuan berusaha bersama yang terdiri atas mereka yang lemah dan diusahakan selalu dengan semangat tidak memikirkan diri sendiri sedemikian rupa, sehingga masing-masing dapat menjalankan kewajibannya sebagai anggota dan

mendapat imbalan sebanding dengan pemanfaatan mereka terhadap organisasi. Sedangkan, menurut Soeriaatmadja dalam Hendrojogi, memberikan definisi koperasi adalah suatu perkumpulan dari orang-orang atas dasar persamaan derajat sebagai manusia, dengan tidak memandang haluan agama dan politik secara sukarela masuk, untuk sekedar memenuhi kebutuhan bersama yang bersifat kebendaan atas tanggungan bersama.

2.6.2. Azas-Azas Koperasi

Azas koperasi atau dalam bahasa inggrisnya disebut Cooperative Principles ini berasal dari bahasa latin: Principium yang berarti basis atau landasan dan inipun bisa mempunyai beberapa pengertian yaitu sebagai : Cita-cita utama atau kekuatan/peraturan dari organisasi. Rochdale atau lebih dikenal dengan “The Rochdale Society of Equitable Pioneers”. Cita-cita dari Rochdale Pioneers, yang dinyatakan sebagai peraturan dari perkumpulan itu kemudian dikenal sebagai azas-azas Rochdale atau Rochdale Principles, telah mengilhami cara kerja dari gerakan-gerakan koperasi sedunia.

Kedelapan buah azas Rochdale tersebut adalah :

1. Pengendalian secara demokrasi (*Democratic control*).
2. Keanggotaan yang terbuka (*Open membership*).
3. Bunga terbatas atas modal (*Limited interest on capital*).
4. Pembagian sisa hasil usaha kepada anggota proposional dengan pembeliannya (*The distribution of surplus in devidend to the members in proportion to their purchases*).
5. Pembayaran secara tunai atas transaksi perdagangan (*Trading strictly on a cash basis*).
6. Tidak boleh menjual barang-barang palsu dan harus murni (*Selling only pure and unadelterated goods*).

7. Mengadakan pendidikan bagi anggota-anggotanya tentang azas-azas koperasi dan perdagangan yang saling membantu (*Providing for the education of the members in Co-operative principles as well as for mutual trading*).
8. Netral dalam aliran agama dan politik (*Political and religious neutrality*).

2.6.3. Identitas Koperasi

Koperasi adalah perkumpulan otonomi dari orang-orang yang bergabung secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya mereka yang sama melalui perusahaan yang dimiliki dan diawasi secara demokratis.

Koperasi melandaskan nilai-nilai menolong diri sendiri, demokrasi, persamaan, keadilan dan solidaritas. Berdasarkan tradisi para pendirinya, para anggota koperasi percaya pada nilai-nilai etis: kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab sosial, dan peduli pada orang lain.

Prinsip-prinsip koperasi adalah pedoman bagi koperasi-koperasi dalam melaksanakan nilai-nilai koperasi dalam praktek. Prinsip-prinsip tersebut terdiri dari:

- Keanggotaan yang sukarela dan terbuka,
- Pengawasan demokratis oleh anggota,
- Partisipasi anggota dalam kegiatan ekonomi,
- Otonomi dan kemandirian (Independence),
- Pendidikan, Pelatihan, dan Penerangan,
- Kerjasama antar koperasi,
- Kepedulian terhadap masyarakat.

Dalam perkembangannya dan sejalan dengan perkembangan politik maka pada dewasa ini paling tidak terdapat 5 buah sistem ekonomi, yaitu:

1. Kapitalisme
2. Fasisme
3. Sosialisme
4. Komunisme
5. Campuran (mixed economic system)

2.6.4. Jenis Koperasi

Peraturan pemerintah No. 60 Tahun 1959 tentang Perkembangan Gerakan Koperasi (pasal 2), mengatakan sebagai berikut:

- (1) Pada dasarnya yang dimaksud dengan penjenisan koperasi adalah pembedaan koperasi yang didasarkan pada golongan dan fungsi ekonomi.
- (2) Dalam peraturan ini dasar penjenisan koperasi ditekankan pada lapangan usaha dan atau tempat tinggal para anggota sesuatu koperasi.

Berdasarkan ketentuan seperti tersebut dalam pasal 2 PP 60/1959, maka terdapatlah 7 jenis koperasi (pasal 3) yaitu:

- a. Koperasi Desa
- b. Koperasi Pertanian
- c. Koperasi Peternakan
- d. Koperasi Perikanan
- e. Koperasi Kerajinan/Industri
- f. Koperasi Simpan Pinjam
- g. Koperasi Konsumsi.

2.6.5. Bentuk Koperasi

Dalam PP No.60 Tahun 1959 (pasal 13 Bab IV) dikatakan bahwa yang dimaksudkan dengan bentuk koperasi ialah tingkat-tingkat koperasi yang didasarkan pada cara-cara pemusatan, penggabungan, dan perindukannya. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka terdapatlah 4 bentuk koperasi, yaitu:

- a. Primer
- b. Pusat
- c. Gabungan
- d. Induk

2.7. Sejarah Ikan Hias

Kegemaran dalam memajang ikan beragam warna dan rupa dalam wadah tembus pandang atau kolam di pekarangan, konon bermula dari kebiasaan orang menyimpan ikan dalam bak di pekarangan. Bangsa Romawi dan Mesir terkenal melakukan kebiasaan ini meskipun tujuan mereka saat itu tidak lain hanya sekedar ingin memperoleh ikan segar dengan cepat.

Tahun 1853 Henry Gesse Membuat bejana dari kaca dan memindahkan panorama alam bawah laut sehingga membuat orang menatapnya terpesona. Benda ini kemudian diberi nama aquarium, gabungan dari kata aqua (artinya air) dengan rium (ruang). Ada juga yang membatahnya, ternyata sudah sejak tahun 2000 sebelum masehi, bangsa Mesir kuno dapat membuat gelas dari kaca. Kemungkinan besar mereka sudah pernah meletakkan ikan – ikan cantik di dalam kaca yang mereka buat.

Sejak pertemuan Henry Gesse itulah akuarium mulai terkenal hingga ke daratan Eropa. Tidak lama kemudian Inggris, Jerman, dan beberapa negara lain memunculkan akuarium di tempat – tempat umum. Pada pertengahan abad XIX mulai populer kegiatan

ekspor impor ikan hias, terlebih ikan hias air tawar yang tahan hidup di kawasan dingin. Pada tahun 1880 di Jerman lahir jurnal akuarium pertama, lalu menyusul Inggris dan disusul negara – negara daratan eropa lainnya



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan atau mempersoalkan mengenai cara – cara melaksanakan penelitian (meliputi kegiatan – kegiatan mencari, mencatat, merumuskan, menganalisis sampai menyusun laporannya) berdasarkan fakta – fakta atau gejala – gejala secara ilmiah (Narbuko, 2005).

Dalam suatu penelitian metode yang digunakan ditetapkan terlebih dahulu untuk membatasi teknik dari prosedur penelitian. Keputusan mengenai metode yang akan digunakan bergantung pada permasalahan yang ada dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tersebut (Marzuki, 1999).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Narbuko, dkk (2005), metode deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data – data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikannya. Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat – sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Menurut Sutanto (1998), sumber bacaan yang dapat digunakan dalam suatu penelitian pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi sumber acuan umum (dikemukakan beberapa konsep dan teori – teori yang berkaitan dengan masalah penelitian) dan sumber acuan khusus (biasanya berbentuk buletin, jurnal, disertasi, tesis dan sumber bacaan lain yang memuat tentang laporan ilmiah hasil penelitian).

Berkaitan dengan validitas data, Susanto (1998), menyatakan ada dua kriteria yang dapat dipergunakan untuk memilih sumber bacaan yaitu : prinsip kemutakhiran (*recency*), sumber lain yang lebih lama mungkin memuat teori – teori atau konsep – konsep yang tidak berlaku lagi, dan prinsip relevansi (*relevancy*), seleksi yang dilakukan berdasarkan kriteria relevansi ini terutama jelas pada sumber acuan khusus.

Jenis dan Sumberdata.

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Marzuki (2002), data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Dimana data primer tersebut diperoleh dengan melakukan wawancara langsung baik itu dengan pimpinan, maupun staf pegawai yang ada di CV.Colisa Aquaria. Adapun data primer yang diperoleh meliputi ; profil perusahaan, jenis – jenis ikan hias yang diekspor. Sedangkan data sekunder adalah data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk biasanya sumber data ini lebih banyak digunakan sebagai data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan. Dimana data sekunder tersebut diperoleh melalui data base yang diberikan langsung oleh staf pegawai, maupun melalui website CV.Colisa Aquaria itu sendiri. Adapun data sekunder yang diambil meliputi data produksi ikan hias, harga rata – rata ikan hias. Moehar (2003).

3.2. Metode Analisis Data

3.2.1. Analisis Linear Berganda

Menurut Santosa (2005) Analisa Regresi Liniear Berganda adalah hubungan antara beberapa variabel independen dengan variabel dependen. Dengan begitu, analisis ini dimaksudkan untuk menguji kebenaran hipotesa yang pertama, yaitu untuk

mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi volume ekspor komoditi ikan hias Indonesia ke Singapura.

Lebih lanjut Santosa (2005), analisis regresi digunakan sebagai alat analisis untuk mencari pengaruh variabel terhadap variabel lainnya. Hasil analisis regresi berupa persamaan regresi yang merupakan fungsi prediksi suatu variabel dengan menggunakan variabel yang lain. Dari berbagai metode yang digunakan untuk memperkecil besarnya kesalahan (*error*), metode kuadrat terkecil (*least square method*) dianggap sebagai model yang terbaik.

Menurut Muhammad (2005), cara menurunkan model regresi berganda, dilakukan sebagaimana pendekatan matriks dalam regresi sederhana, yaitu diturunkan dengan metode kuadrat terkecil (*ordinary least OLS*). Cara ini berpangkal pada kenyataan bahwa jumlah pangkat dua (*kuadrat*) daripada jarak antara titik – titik dengan garis regresi yang harus dicari harus sekecil mungkin. Model regresi ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$EIHT_t = a_0 + a_1MIHDT_t + a_2HIPIT_t + a_3HIHDT_t + a_4PIHT_t + UIt$$

Keterangan :

a. Variabel endogen yaitu :

$EIHT_t$: Ekspor ikan hias tahun ke- t

b. Variabel eksogen yaitu :

$MIHDT_t$: Minat terhadap ikan hias domestic tahun ke – t

$HIPIT_t$: Harga ikan hias di pasar internasional tahun ke – t

$HIHDT_t$: Harga ikan hias domestik tahun ke – t

$PIHT_t$: Produksi ikan hias tahun ke – t

a_1, a_2, a_3, a_4 : Koefisien regresi (pendugaan parameter)

- a_0 : intersep (konstanta)
 U_{It} : Kesalahan pendugaan

Salah satu kriteria yang menentukan apakah sampel fungsi regresi yang digunakan cukup tepat adalah dengan melihat besar koefisien determinasi (R^2). Menurut Santosa (2005), koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bias dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin bagus. baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Nilai R^2 80% berarti variasi dalam variabel tak bebas Y yang disebabkan oleh variabel bebas $X_1, X_2, X_3, \dots, X_p$ sama – sama 80%, sedangkan sisanya 20% disebabkan oleh variabel lain yang tidak dipelajari dan diklasifikasikan dalam faktor residu atau error.

Terdapat dua jenis koefisien determinasi, yaitu r koefisien determinasi (R^2) dan koefisien determinasi disesuaikan (Adjusted R Square). Pada regresi berganda, penggunaan koefisien determinasi yang telah disesuaikan lebih baik dalam melihat seberapa baik model dibandingkan dengan koefisien determinasi. Koefisien determinasi disesuaikan merupakan hasil penyesuaian koefisien determinasi terhadap tingkat kebebasan dari persamaan prediksi. Hal ini melindungi dari atau kesalahan karena kenaikan dari jumlah variabel independen dan kenaikan dari jumlah sampel.

Kemudian juga perlu diketahui R^2 (koefisien determinasi majemuk yang disesuaikan) digunakan untuk mengetahui besarnya proporsi variasi dalam variabel yang tergantung yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebasnya secara

bersama – sama, setelah memperhatikan derajat besarnya, nilai R^2 bergerak antara 0 dan 1. Apabila R^2 mendekati 1, maka model yang digunakan adalah cukup baik. Demikian juga sebaliknya, apabila R^2 mendekati 0 berarti model yang digunakan kurang sesuai (Nachrowi, 2002).



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Keadaan Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Perusahaan

Koperasi Perikanan Kota Bogor mempunyai enam sub unit usaha; a) Trading (CV.Colisa Aquaria), b) Pengolahan, c) Pemasaran, d) Pembiayaan, e) Pelatihan, f) Inkubasi Bisnis. CV.Colisa Aquaria merupakan hasil kerjasama antara Pemerintahan Kota Bogor dan INDAGAGRO (Industri dan Perdagangan Agrobisnis). Terminal Agribisnis Kota Bogor ini diresmikan pada tanggal 7 Januari 2004 oleh Gubernur Jawa Barat, sedangkan CV.Colisa Aquaria sendiri telah dirintis sejak Oktober 2003.

Luas areal Terminal Agribisnis Kota Bogor ini sekitar 9,2 hektar yang dialokasikan sebagai tempat terjadinya transaksi komoditi agribisnis ikan hias, pisang, dan bunga hias. Pada pelaksanaannya, sampai dengan saat ini baru komoditi ikan hias yang masuk ke dalam Terminal Agribisnis dengan nama CV.Colisa Aquaria. Pembangunan *Holding Ground* Ikan Hias pada CV.Colisa Aquaria ini menjadikannya sebagai Terminal Agribisnis Ikan Hias Pertama di Indonesia. CV.Colisa Aquaria berada di bawah Dinas Perdagangan Agro Propinsi Jawa Barat, pengawasan berada pada Dinas Agribisnis Kota Bogor dan Dinas Perdagangan dan Koperasi Kota Bogor.

Guna memberikan kepastian hukum bagi perusahaan dan mitra usaha, maka CV. Colisa Aquaria memiliki legalitas usaha, yaitu badan hukum dengan nomor 517/30/PK/DIPERINDAGKOP, tertanggal 27 Januari 2004 dan NPWP dengan nomor 02.369.801.2-404.000.

4.1.2. Lokasi Perusahaan

CV.Colisa Aquaria secara administrative terletak di Jl. Raya Rancamaya RT.01/RW.01, Kampung Rancamaya Kidul, Desa Rancamaya, Kecamatan Bogor Selatan Kota Bogor, Propinsi Jawa Barat. Secara geografis lokasi ini terletak pada garis $106^{\circ}49'49,0'' - 106^{\circ}50'02,8''$ BT dan $06^{\circ}40'39,6'' - 06^{\circ}41'03''$ LS. Jarak lokasi berada $\pm$ 6 Km dari pusat Kota Bogor. Batas-batas areal CV.Colisa Aquaria, meliputi:

1. Sebelah Utara : Kelurahan Bojongkerta
2. Sebelah Selatan : Desa Ciherang Pondok
3. Sebelah Timur : Desa Bitung Sari
4. Sebelah Barat : Kelurahan Kertamaya

CV.Colisa Aquaria mempunyai website : www.colisaquaria.com yang didalamnya terdapat berbagai informasi mengenai perdagangan ikan hias. Informasi ini untuk mempermudah para pembeli (supplier dan eksportir) untuk mencari jenis ikan yang dibutuhkan, juga sebagai alat korespondensi dengan buyer dari luar negeri serta digunakan untuk mengetahui jenis ikan hias yang sedang digemari di pasar ekspor. CV Colisa Aquaria menginformasikan kembali pada petani ikan hias yang sedang trend agar produksi mereka dapat tertampung oleh pasar. CV. Colisa Aquaria juga menjadi anggota Perhimpunan Ikan Hias Indonesia (PIHI). Selain itu juga CV.Colisa Aquaria juga menjual *Aquatic Plan* (tanaman hias air tawar) sebagai produk sampingan, tetapi hanya untuk pengiriman lokal.

4.1.3. Visi, Misi dan Tujuan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Sumberdaya Manusia, visi CV. Colisa Aquaria adalah memperluas segmen pasar dan untuk memperoleh laba yang

tinggi dan ikut serta dalam perdagangan global. Misinya adalah memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kesejahteraan karyawan. Adapun tujuannya adalah mengoptimalkan penghasilan atau keuntungan perusahaan serta mengembangkan dan mempertahankan keberadaan perusahaan.

4.1.4. Sarana dan Prasarana

Untuk memperlancar jalannya proses produksi CV. Colisa Aquaria memiliki beberapa sarana dan prasarana, seperti kantor, laboratorium, ruang pengepakan, holding ground, ruang karantina, tandon, dan sarana pelengkap lainnya. Sarana dan prasarana di CV. Colisa Aquaria adalah sebagai berikut :

(1) Aquarium

Aquarium berfungsi sebagai tempat pemeliharaan ikan didalam kegiatan pemeliharaan dan penampungan. Aquarium yang ada di CV. Colisa Aquaria berjumlah 1500 buah dengan ukuran panjang 100 cm, lebar 50 cm, dan tinggi 40 cm (100cm x 50cm x 40 cm). Kapasitas air maksimum dalam aquarium sebesar 200 liter air, sedangkan ketinggian air rata-rata yang dipakai adalah 150 liter.

(2) Laboratorium

Berfungsi sebagai tempat pengukuran kualitas air, kontrol penyakit serta tempat untuk riset dan pengembangan.

(3) Ruang pengepakan

Ruang ini berfungsi untuk pengemasan ikan-ikan yang akan dikirim, baik untuk pengiriman lokal maupun ekspor. Di dalam ruang ini ada beberapa peralatan yang berfungsi untuk pendukung pengemasan, antara lain :

- a. Tabung Oksigen berfungsi untuk menyuplai oksigen selama ikan berada dalam kemasan sampai tujuan. Berjumlah 4 buah dan berkapasitas 16 Kg/tabung.
- b. Plastik bening berfungsi sebagai wadah untuk pengemasan dengan berbagai macam ukuran sesuai dengan ukuran ikan yang akan di kirim. CV.Colisa Aquaria hanya membeli plastik gulungan kemudian di buat sesuai ukuran yang diinginkan (bisa dilihat pada Tabel 1).

No	Ukuran Plastik (Lebar x Panjang)
1	15 cm x 45 cm
2	20 cm x 50 cm
3	25 cm x 55 cm
4	30 cm x 55 cm
5	40 cm x 60 cm
6	50 cm x 85 cm

Tabel 1. Ukuran Plastik Yang Dipakai CV. Colisa Aquaria

- c. Karet gelang berfungsi sebagai pengikat untuk plastik.
- d. Air berfungsi sebagai media hidup ikan.
- e. Box berfungsi sebagai wadah untuk pengiriman baik lokal maupun ekspor (bisa dilihat pada Tabel 2 dan Tabel 3).

Tabel 2. Ukuran Kantong Plastik Dalam 1 Box Besar

No	Isi Kantong Dalam 1 Box Besar	Ukuran Plastik
1	$\frac{1}{4}$ = berisi 4 kantong	50 cm x 85 cm
2	$\frac{1}{6}$ = berisi 6 kantong	40 cm x 60 cm
3	$\frac{1}{8}$ = berisi 8 kantong	30 cm x 55 cm
4	$\frac{1}{14}$ = berisi 14 kantong	25 cm x 55 cm
5	$\frac{1}{18}$ = berisi 18 kantong	20 cm x 50 cm
6	$\frac{1}{25}$ = berisi 25 kantong	15 cm x 45 cm

Sumber : CV. Colisa Aquaria, Tahun 2007

Tabel 3. Ukuran Kantong Plastik Dalam 1 Box Kecil

No	Isi Kantong Dalam 1 Box Besar	Ukuran Plastik
1	$\frac{1}{2}$ = berisi 2 kantong	50 cm x 85 cm
2	$\frac{1}{4}$ = berisi 4 kantong	40 cm x 60 cm
3	$\frac{1}{6}$ = berisi 6 kantong	30 cm x 55 cm
4	$\frac{1}{10}$ = berisi 10 kantong	25 cm x 55 cm

Sumber : CV. Colisa Aquaria, Tahun 2007

- f. Timbangan berfungsi untuk mengukur berat box sebelum di kirim.
 - g. Freezer berfungsi sebagai tepat pendingin untuk bloodworm sebagai pakan ikan dan es batu, freezer yang ada berjumlah 2 buah.
 - h. Lakban coklat berfungsi untuk merekatkan.
- (4) Ruang Karantina berfungsi sebagai tempat penyembuhan ikan-ikan yang sakit dan untuk pengondisian ikan sebelum di kirim ke luar daerah atau ekspor. CV. Colisa Aquaria mempunyai 2 buah ruang karantina dimana masing-masing terdapat 153 akuarium.
- (5) Tandon Air berkapasitas 350.000 Liter dan berfungsi untuk pengolahan air (*water treatment*).

- (6) Selang berfungsi untuk mengeluarkan air dari tandon untuk disalurkan ke aquarium dan bak penyulingan air, selain itu juga selang berfungsi untuk mengeluarkan air dan kotoran dalam aquarium (penyiponan). Ukuran selang yang biasa dipakai adalah 1", $\frac{3}{4}$ ", $\frac{5}{8}$ ", $\frac{1}{2}$ ".
- (7) Blower berfungsi untuk mengalirkan udara (sebagai aerasi pada aquarium pemeliharaan dan penampungan) sebanyak 10 buah dengan daya masing-masing blower adalah 220 Watt.
- (8) Serokan berfungsi sebagai alat untuk mengambil ikan dan mengambil bangkai-bangkai ikan.
- (9) Baskom Plastik berfungsi tempat penyortiran (berok).
- (10) Generator berfungsi sebagai pembangkit tenaga listrik dan untuk menghidupkan blower apabila terjadi pemadaman listrik. Generator yang dimiliki berjumlah 2 buah dengan kekuatan 1 PK.
- (11) Bak fiber, digunakan sebagai tempat penampungan air untuk ikan yang akan dikirim, dan air yang sudah tertampung dalam bak fiber di beri Hypochlorid dan sudah diendapkan agar air yang akan dipakai untuk packing terbebas dari bakteri yang dapat menyebabkan ikan sakit. Bak fiber yang ada berjumlah satu buah.
- (12) Sumur Artesis berjumlah 1 buah dan disalurkan langsung ke dalam tandon. Sumur artesis adalah sumur tanah yang di bor dengan kedalaman sekitar 30 m yang didalamnya terdapat pompa air yang dibenamkan di dalam sumur. Pompa yang dibenamkan disebut Sentra Puggle Pump.
- (13) Busa berfungsi untuk menyaring (filter) kotoran di dalam aquarium dan bak penampungan air.
- (14) Tempat penampungan dan pemeliharaan cacing sutra.

- (15) Sepeda Motor digunakan untuk alat transportasi mengirim ataupun menerima bahan baku. Sepeda motor yang digunakan sebanyak 2 buah.
- (16) Tas pengangkut berfungsi untuk mengangkut ikan hias dan ditaruh di bagian belakang motor. Maksimal kantong yang dapat terangkut adalah 22 kantong dengan ukuran 40 cm x 60 cm.
- (17) Etalase toko digunakan untuk menjual obat-obatan, pakan, aksesoris aquarium dan sebagainya untuk konsumen yang datang langsung.

4.2. Struktur Organisasi

Setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi, dimana struktur organisasi adalah suatu proses yang tersusun atas orang-orang yang berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama. Struktur organisasi perusahaan sebagai pedoman jalannya suatu organisasi, karena dengan adanya struktur organisasi setiap individu didalamnya dapat mengetahui tugas dan tanggungjawabnya sesuai dengan posisi dalam sistem organisasi tersebut.

Struktur organisasi yang digunakan oleh CV.Colisa Aquaria berupa struktur fungsional yang sederhana. Pada struktur organisasi, CV.Colisa Aquaria hanya membaginya menjadi bagian-bagian yang terdiri dari bagian keuangan, bagian operasional dan bagian pemasaran. Bagian-bagian tersebut ditempati oleh satu sampai tiga orang saja tanpa adanya kepala bagian. Struktur fungsional mengelompokkan tugas-tugas dan kegiatan-kegiatan yang sejenis sebagai unit organisasi yang terpisah. Keunggulan dari struktur organisasi fungsional ini adalah dapat memungkinkan karyawan perusahaan memusatkan perhatian hanya pada satu aspek dari tugas yang perlu dijalankan sehingga dapat mengembangkan keahlian karyawan dan mencapai tingkat efisiensi yang tinggi. Sedangkan kelemahan dari struktur organisasi ini adalah

beberapa kegiatan penting perusahaan ada beberapa orang yang memegang *job description* lebih dari satu. Struktur organisasi CV.Colisa Aquaria dapat dilihat pada Lampiran 1.

Budaya dalam perusahaan lebih bersifat kekeluargaan, semua saling membantu dalam batas-batas tertentu. Dengan demikian masing-masing pegawai lebih memahami tugas masing-masing. Sistem pengambilan keputusan organisasi perusahaan dilakukan oleh pimpinan perusahaan, meskipun demikian pimpinan perusahaan tetap menerima masukan dari karyawan. Pembagian kerja di CV.Colisa Aquaria dilakukan langsung oleh pimpinan perusahaan, yaitu direktur.

Berikut perincian tugas, wewenang dan tanggungjawab dari masing-masing bagian:

(1) Direktur

Direktur mempunyai wewenang untuk menetapkan kebijakan-kebijakan yang perlu di ambil berdasarkan laporan dari masing-masing bagian dan mempunyai wewenang untuk menerima dan memberhentikan karyawan. Dilain pihak direktur bertugas menetapkan terget produksi perusahaan dan bertanggungjawab dalam mengelola dan mengawasi semua kegiatan usaha.

(2) Wakil Direktur

Wakil direktur bertanggungjawab kepada direktur perusahaan, dalam hal menggantikan direktur jika berhalangan hadir. Wakil direktur juga bertugas untuk memonitor kerja dari para karyawan dan mempunyai wewenang untuk membantu direktur dalam menetapkan kebijakan-kebijakan perusahaan.

(3) Bagian Keuangan

Bagian keuangan bertanggung jawab pada direktur dan wakil direktur perusahaan. Bertugas mencatat semua transaksi jual beli ikan hias dan mencatat semua transaksi pembelian kebutuhan perlengkapan perusahaan. Selain itu juga bagian keuangan bertugas mengawasi keluar masuknya keuangan perusahaan. Sedangkan wewenang dari bagian keuangan yaitu dalam hal memberikan persetujuan pengeluaran kas.

(4) Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran bertanggung jawab kepada direktur dan wakil direktur perusahaan, dalam hal perencanaan promosi. Sedangkan tugas dari bagian pemasaran adalah mengatur kelengkapan surat-surat untuk pemasaran lokal maupun ekspor.

(5) Bagian Produksi

Bagian produksi bertanggung jawab kepada direktur dan wakil direktur perusahaan. Sedangkan tugas dari bagian produksi diantaranya adalah melakukan penyiponan, pengambioan dan pembersihan busa, pengisian dan pengurasan air pada aquarium serta bak penampungan, pemindahan ikan, dan melakukan pemeriksaan terhadap kesehatan ikan. Sedangkan wewenang dari bagian produksi adalah menyortir dan mengepak ikan hias yang akan dikirim dan melaporkan perkembangan produksi secara periodik kepada pimpinan perusahaan.

4.3. Sumberdaya Manusia

Jumlah karyawan CV.Colisa Aquaria berjumlah 14 orang dengan 1 orang direktur, 1 orang wakil direktur, 2 orang bagian pemasaran, 2 orang bagian keuangan, 6 orang bagian produksi. Karyawan CV.Colisa Aquaria terdiri dari karyawan tetap saja.

Karyawan CV.Colisa Aquaria bekerja selama 8 jam perhari selama 6 hari dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 16.00 WIB dengan waktu istirahat pukul 12.00 WIB sampai pukul 13.00 WIB untuk makan siang. Karyawan hanya bekerja satu *shift* kerja, jika terjadi pemesanan yang banyak maka dilakukan penambahan jam kerja dengan menambah *shift* atau lembur. Para karyawan mendapatkan jatah libur sebanyak 12 hari dalam tiap tahunnya.

Pendidikan bukanlah hal utama bagi karyawan CV.Colisa Aquaria, pengalaman, keterampilan, dan kemauan untuk belajar dan bekerja keras yang lebih diutamakan. Hal ini dapat di lihat dari komposisi karyawan yang tingkat pendidikannya masih rendah, khususnya di bagian produksi. Komposisi karyawan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Komposisi Karyawan CV.Colisa Aquaria Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2007

No	Tingkat Pendidikan	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)
1	Perguruan Tinggi	Direktur	1
		Wakil Direktur	1
		Bagian Keuangan	1
		Bagian Pemasaran	1
2	SMU Khusus Perikanan	Bagian Produksi	3
3	SMU/SMK	Bagian Pemasaran	1
		Bagian Keuangan	1
		Bagian Produksi	1
		Bagian Umum	2
4	SMP	Bagian Umum	2
	Total		14

Sumber : CV.Colisa Aquaria, Tahun 2007

Berdasarkan tingkat pendidikan dapat diketahui bahwa di CV.Colisa Aquaria pendidikan karyawannya masih belum optimal, ini dapat terlihat masih banyaknya karyawan yang berpendidikan lulusan SMU sebanyak 8 orang dan lulusan SMP berjumlah 2 orang.

Selain pendidikan dan pengalaman yang dimiliki karyawan, perlu adanya kedisiplinan yang tinggi. Kedisiplinan karyawan diperlukan agar dapat meningkatkan produktivitas dari produksi. Tingkat kedisiplinan karyawan CV.Colisa Aquaria cukup baik.

4.3.1. Pengadaan Karyawan

Sistem penarikan karyawan di CV.Colisa Aquaria menggunakan metode sebagai berikut :

a. Rekomendasi dari karyawan

Rekomendasi dari karyawan merupakan metode yang paling banyak terjadi di CV.Colisa Aquaria. Metode ini mempunyai kelebihan yaitu dari segi kepercayaan, sedangkan kelemahannya adalah karyawan cenderung merekomendasikan teman-temannya yang berasal dari daerah asalnya.

b. Kekeluargaan

Metode ini merupakan pemberian jabatan kepada famili karena adanya ikatan keluarga.

4.3.2. Integrasi dan Pengembangan Karyawan

Secara umum integrasi karyawan CV.Colisa Aquaria cukup baik, karena sudah terjadi pengertian dan kepercayaan antara karyawan dengan perusahaan. Pihak perusahaan berharap karyawan dapat bekerja sesuai dengan tujuan akhir, sebaliknya aspirasi karyawan didengar oleh pihak perusahaan.

Kualitas kerja karyawan akan mempengaruhi pada semua aspek perusahaan. Salah satunya yaitu dengan adanya pengembangan karir. Tujuan dari pengembangan karir karyawan adalah untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan, tetapi pengembangan karir di CV.Colisa Aquaria jarang terjadi.

4.3.3. Pemberhentian

CV.Colisa Aquaria tidak pernah melakukan pemberhentian baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap karyawan, karena selama ini karyawan yang bekerja di CV.Colisa Aquaria tidak diberhentikan melainkan mengundurkan diri, alasan yang utama adalah mereka mendapatkan pekerjaan yang lebih baik. Perusahaan sangat mengerti akan pengembangan karir karyawannya, sehingga perusahaan akan berusaha memberikan yang terbaik untuk karyawannya. Sehingga dalam beberapa tahun belakangan ini karyawan di CV.Colisa Aquaria datang silih berganti.

4.4. Gambaran Umum Perdagangan Ikan Hias

Ikan hias adalah ikan yang umumnya mempunyai bentuk, warna dan karakter khas, sehingga mampu memberikan suasana akuarium yang mendukung tata ruang, serta mampu memberikan suasana " tentram " dengan kata lain ikan hias menjadi komoditi perdagangan karena aspek keindahan bukan karena kandungan nutrisi (Badan Pengembangan Ekspor Nasional,1994).

Peredaran ikan hias ditingkat grosir diperkirakan mencapai lebih dari 1 milyar, sedang ditingkat eceran lebih dari 6 miliar yaitu sekitar 1,5 miliar ekor yang diperdagangkan. Pasar ikan hias (tropical fish) dapat dibagi menjadi 4 bagian besar yaitu :

- Ikan hias air tawar (fresh water ornamental fish)
- Ikan hias laut (Marine ornamental fish)
- Tanaman ikan hias air tawar (Freshwater ornamental plants/aquatic plants)
- Kerang - kerangan atau biota laut (invertebrates)

Sekitar 300 jenis dari 1.600 jenis ikan hias air tawar dan ikan hias air laut yang diperdagangkan didunia berasal dari perairan Indonesia, ini sangat banyak apabila dibandingkan dengan negara - negara tropis lainnya, seperti Srilangka (165 jenis), Ethiopia (112 jenis), Philipina (109 jenis), Hawaii (60 jenis), dan Singapura (32 jenis). Bagian terbesar adalah ikan hias tropis yaitu sekitar 80 - 90 persen dari pangsa pasar. Sedangkan ikan hias air laut mempunyai pangsa pasar dunia sekitar 20 persen. Tampak nyata bahwa perairan tropis seperti Indonesia berpotensi besar untuk memasok ikan hias dunia (direktori ikan hias, 2004).

4.5. Ikan Hias Indonesia dalam Menghadapi liberalisasi Perdagangan

Sejauh ini ikan hias merupakan salah satu komoditas utama dalam perdagangan ikan dunia baik itu yang hidup maupun yang telah diolah. Persaingan keras datang dari produk – produk perikanan, tetapi dengan segala keunggulan yang dimiliki oleh ikan hias dibanding dengan komoditas lain, maka perdagangan ikan hias akan terus meningkat.

Dalam prinsip perdagangan bebas semua bentuk hambatan perdagangan internasional baik yang bersifat tariff Barrier maupun non tariff Barrier akan dihilangkan / dikurangi. Selama ini Negara – Negara maju melakukan proteksi dan subsidi untuk melindungi industri dalam negeri. Dengan diberlakukannya liberalisasi

perdagangan dipastikan akan membawa dampak positif bagi perdagangan ikan hias dunia.

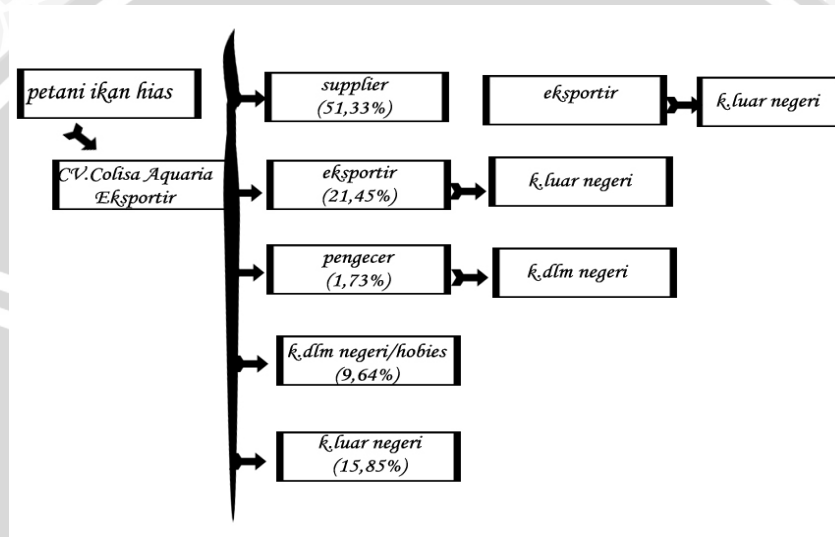
Lebih lanjut dalam menghadapi liberalisasi perdagangan, mutu diyakini menjadi salah satu kunci dalam memenangkan pasar luar negeri. kesepakatan dalam perdagangan internasional memaksa setiap produsen untuk memenuhi standar yang diinginkan oleh konsumen. Pergesaran standar mutu yang didorong juga oleh isu lingkungan menjadi ancaman bagi pasar ikan hias dewasa ini ikan hias dituntut untuk mengeskor dengan jumlah yang begitu banyak, sedangkan negara pesaing terdekat Indonesia. Singapura sendiri tidak mengalami kesulitan untuk memenuhi standard tersebut, hal ini akan membuat ikan hias Indonesia tersisih..

Meski begitu eksportir ikan hias Indonesia harus dimantapkan, terkait dengan tantangan yang harus dihadapi. Untuk meningkatkan daya saing ikan hias dapat dilakukan dengan cara :

1. Mengembangkan usaha secara efektif didukung dengan infrastruktur dan insentif dari pemerintah, hal ini akan merangsang para eksportir untuk lebih konsisten dan terarah dalam melakukan usaha budidaya ikan hias, sehingga dapat meningkatkan mutu ikan hias itu sendiri.
2. Membuat jalur transportasi terutama untuk pengangkutan hasil sehingga memperlancar arus perdagangan. Selama ini transportasi Indonesia tidak menguntungkan, menyebabkan penyusutan hasil dan penurunan kualitas ikan hias, sehingga membuat pembeli menetapkan harga yang lebih murah.
3. Pemerintah memeberlakukan kebijakan yang mengatur dan mengevaluasi usaha budidaya ikan hias, terutama dalam hal kelayakan usaha maupun proses pengeskorannya.

4.6. Saluran Tataniaga di CV.Colisa Aquaria

Saluran tataniaga menggambarkan proses penyaluran ikan hias dari petani sampai ketangan konsumen akhir. Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan dilapangan menunjukan bahwa saluran tataniaga ikan hias di Terminal Agribisnis Rancamaya melibatkan beberapa lembaga yang berperan dalam kegiatan tataniaga ikan hias.



Gambar 1. Saluran Tataniaga Ikan Hias Pada CV.Colisa Aquaria

Gambar 1. menjelaskan saluran – saluran yang terdapat pada CV.Colisa Aquaria, saluran 1. Ikan hias dari petani masuk ke CV.Colisa Aquaria, lalu dijual kepada supplier, selanjutnya dikirim ke eksportir dan akhirnya pada konsumen luar negeri (importer), saluran 2. Ikan hias dari petani masuk ke CV.Colisa Aquaria, langsung dijual kepada eksportir lalu dari eksportir dikirim kepada konsumen luar negeri (importer), saluran 3. Ikan hias dari petani masuk ke CV.Colisa Aquaria lalu dibeli oleh pengecer/toko dan dijual kepada konsumen dalam negeri/hobbies, saluran 4. Ikan hias dari petani masuk ke CV.Colisa Aquaria dan dijual langsung kepada konsumen dalam negeri/hobbies yang datang langsung ke CV.Colisa Aquaria dan saluran 5. Ikan hias dari

petani masuk ke CV.Colisa Aquaria dan dijual langsung kepada konsumen luar negeri/importir.

4.6.1. Pelaksanaan Fungsi – Fungsi Tataniaga

Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh CV.Colisa Aquaria adalah fungsi pertukaran, berupa fungsi pembelian dan penjualan. Fungsi fisik berupa fungsi pengumpulan, penyimpanan, pengemasan, dan pengangkutan, dan fungsi fasilitas berupa sortasi, penanggungan, resiko, informasi pasar, dan pembiayaan.

a.Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh CV.Colisa Aquaria yaitu fungsi pembelian dan penjualan CV.Colisa Aquaria melakukan kegiatan pembelian ikan hias dari petani baik itu petani pembudidaya maupun petani pembesar. CV.Colisa Aquaria sudah mempunyai data base petani yang memiliki jenis ikan yang dibutuhkan baik oleh supplier lain maupun eksportir sehingga pihak CV.Colisa Aquaria dapat langsung menghubungi petani – petani tersebut. Selain itu juga para petani langsung datang untuk menawarkan ikan hias yang dimilikinya.

Pihak koperasi Colisa Aquaria melakukan penjualan by order artinya penjualan dapat dilakukan kepada supplier atau eksportir yang telah memesan jenis ikan tertentu. Dalam masa transaksi ini ada penentuan syarat – syarat penjualan, diantaranya waktu penyerahan ikan hias, cara pembayarannya secara tunai atau kredit dan penanggungan pengangkutan ikan hias tersebut.

b. Fungsi Fisik

Fungsi fisik yang dilakukan oleh CV.Colisa Aquaria meliputi pengumpulan, penyimpanan, pengemasan, dan pengangkutan.

- ❖ Fungsi pengumpulan dilakukan oleh CV.Colisa Aquaria untuk mengumpulkan hasil produksi berbagai jenis ikan hias dari petani yang telah disortir berdasarkan jenis dan ukurannya.
- ❖ CV.Colisa Aquaria melakukan penyimpanan ikan hias yang sejenis ke dalam akuarium. Lamanya penyimpanan ikan tergantung dari cepat atau lamanya ikan hias tersebut terjual.
- ❖ CV.Colisa Aquaria mengemas ikan – ikan yang akan dikirim/dijual kedalam kantong plastik yang telah ditambahkan oksigen secukupnya. Kepadatan ikan dalam satu kantong harus disesuaikan dengan jumlah dan ukurannya. Apabila ikan tersebut akan dikirim untuk jarak jauh biasanya ditambahkan kemasan luar dengan menggunakan strofom dalam bentuk kardus lalu dimasukan kedalam kardus karton dan diberi label.
- ❖ Komoditi ikan hias merupakan komoditi hidup, maka jarak yang ditempuh dan waktu dapat menjadi kendala pengiriman ikan hias. Pengangkutan ikan hias ke tempat pembeli dalam jarak yang dekat dilakukan dengan menggunakan motor atau mobil sesuai dengan banyaknya ikan yang dikirim, Sedangkan untuk ekspor ke luar negeri menggunakan pesawat terbang.

c. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh CV.Colisa Aquaria meliputi sortasi, penanggungan resiko, informasi pasar dan pembiayaan.

- ❖ Kegiatan sortasi dilakukan CV.Colisa Aquaria mencakup pemilihan ikan hias berdasarkan jenis dan ukuran yang sama sesuai dengan permintaan pembeli, lalu kemudian dikemas. Ikan yang dikirim ke pembeli sudah memenuhi standar kesehatan karena melalui proses pemeriksaan kesehatan/karantina, untuk ikan hias yang diekspor CV.Colisa Aquaria mengeluarkan sertifikat kesehatan yang menjamin kualitas dan kesehatan ikan hias yang dikirimnya.
- ❖ Ikan hias yang mati pada saat sampai ditempat penyimpanan (holding) atau sakit menjadi resiko yang harus ditanggung CV.Colisa Aquaria.
- ❖ CV.Colisa Aquaria memiliki website sebagai alat untuk mengakses informasi mengenai perdagangan ikan hias baik didalam negeri maupun luar negeri.Website ini digunakan untuk mencari buyer potensial sebagai pasar penjualan ikan hias dari petani. fungsi informasi pasar yang dilakukan koperasi diantaranya mengetahui harga pasar yang berlaku dan menginformasikan harga – harga jenis ikan hias pada setiap tingkatan lembaga tataniaga.
- ❖ CV.Colisa Aquaria menanggung biaya pembelian ikan hias, biaya pengemasan, biaya pengangkutan, biaya resiko dan upah pegawai.Selain itu juga berperan sebagai penampung dan pedagang. Namun keuntungan yang didapat sebagai pedagang dari penjualan ikan hias sebagian digunakan untuk biaya operasional dan sebagian lagi masuk kedalam kas pemerintah daerah kota bogor melalui dinas agribisnis kota bogor.

4.7. Keragaan Model Dugaan.

Dalam ekonometrika, dikenal ada tiga kriteria yang bisa digunakan untuk mengevaluasi hasil dugaan model, yaitu ; 1 kriteria ekonometrika 2 kriteria statistik (first order test), dan 3 kriteria apriori ekonometrika (second order test). Dan suatu model yang baik adalah yang memenuhi ketiga kriteria tersebut.

4.7.1. Faktor – faktor yang mempengaruhi Ekspor Ikan Hias

Indonesia merupakan salah satu negara pengekspor ikan hias terbesar, ekspor ikan hias indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Rata – rata pertumbuhan ekspor ikan hias di indonesia pada tahun 2004 – 2006 meningkat drastis 11.2 persen pertahun. Nilai ini lebih tinggi dari rata – rata pertumbuhan ekspor singapura sebesar 5,9 %. Perkembangan ekspor tersebut tidak terlepas dari faktor – faktor yang mempengaruhinya.

Tabel 5. Hasil Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Ikan Hias di CV. Colisa Aquaria.

Variabel	Koofesien Regresi	Standar error	t Hitung	Selang Kesalahan
Intersep	- 0,353	1,333	-0,265	0,793
MIHD	9,640	0,009	0,104	0,918
HIPI	1,207	0,004	2,710	0,011
HIHD	2,875	0,002	1,653	0,109
PIH	0,386	0,065	5,895	0,000
R2 = 0,968		F hitung = 265,486		

Hasil dugaan menunjukkan bahwa persamaan volume ekspor ikan hias indonesia berhubungan positif dengan volume produksi ikan hias indonesia dan harga ikan hias dunia. Volume ekspor ikan hias indonesia berhubungan secara negatif dengan peminat ikan hias domestik dan harga ikan hias yang berlaku di indonesia. Hasil analisis menunjukkan nilai F hitung sebesar 265,486 dimana nilai tersebut lebih besar dari F tabel (4,02) pada taraf kepercayaan 90% atau $\alpha = 10\%$. Hal ini berarti secara statistik keseluruhan variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama – sama berpengaruh terhadap ekspor ikan hias indonesia.

Nilai koefisien determinasi dari hasil analisis adalah sebesar 0,968. Hal ini menunjukkan bahwa 96,08 % variabel ekspor ikan hias indonesia dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang dimasukkan dalam model, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Berdasarkan uji t, faktor – faktor yang mempengaruhi ekspor ikan hias indonesia adalah sebagai berikut :

1. Minat Ikan Hias Domestik (MIHD)

Peminat ikan hias domestik tidak berpengaruh secara nyata terhadap ekspor ikan hias indonesia. Hal ini bisa dilihat dari nilai t. hitung (0,104). lebih kecil dari nilai t tabel (1,310). Pada tingkat kepercayaan 90% atau $\alpha = 0,010$., hal tersebut dapat diartikan apabila terjadi peningkatan peminat ikan hias domestik tidak mempengaruhi volume ekspor ikan hias Indonesia. Di indonesia ikan hias merupakan salah satu komoditas perikanan yang belum banyak diminati masyarakat. Sehingga mengakibatkan peningkatan volume ekspor ikan hias yang cukup signifikan.

2. Harga Ikan Hias di Pasar Internasional (HIPI)

Hasil uji t pada variabel harga dunia ikan hias diperoleh t hitung sebesar 2,710 pada taraf kepercayaan 90 % dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,310. Hal ini berarti variabel harga di pasar internasional berpengaruh secara nyata terhadap volume ekspor ikan hias indonesia.

Harga yang tinggi merupakan stimulan bagi produsen untuk meningkatkan produksi ikan hias. Adanya peningkatan produksi akan meningkatkan volume ekspor ikan hias hal ini juga sejalan dengan teori bahwa kuantitatif suatu produk yang diekspor mempunyai hubungan yang positif dengan harga dunia dari produk tersebut. dalam artian naik turunnya harga ikan hias di pasar internasional sangat berpengaruh terhadap naik turunnya jumlah ekspor ikan hias indonesia.

3. Harga Ikan Hias Domestik (HIHD)

Variabel harga domestik berpengaruh secara nyata terhadap volume ekspor ikan hias indonesia. Hal ini dapat dilihat uji statistik, nilai t hitung 1,653 yang lebih besar dari t table 1,310 . Hal ini menunjukkan peningkatan harga ikan hias domestik akan mempengaruhi volume ekspor ikan hias indonesia.

4. Produksi Ikan Hias (PIH)

Dari hasil analisis menunjukkan produksi ikan hias dalam negeri berpengaruh secara nyata terhadap ekspor ikan hias indonesia. Hasil uji t diperoleh t hitung sebesar 5,895 pada taraf kepercayaan 90%, dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,310, Hal ini berarti setiap peningkatan produksi ikan hias dalam negeri akan mempengaruhi volume ekspor ikan hias Indonesia. Ikan hias indonesia sejak awal dibudidayakan merupakan komoditas yang ditujukan untuk ekspor.



BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

- ❖ Dari hasil analisis yang dilakukan, variabel – variabel bebas yang digunakan seperti ; minat ikan hias domestik, harga ikan hias di pasar internasional, harga ikan hias domestik, serta produksi ikan hias, sebagian besar berpengaruh secara nyata terhadap peningkatan ekspor ikan hias.
- ❖ Peningkatan produksi, pelayanan terhadap konsumen baik itu dari segi kuantitas maupun kualitas, serta tetap konsisten dalam menjaga kepercayaan yang telah diberikan para konsumen merupakan solusi agar tetap dapat bersaing dalam perdagangan ekspor ikan hias.
- ❖ Dengan diberlakukannya liberalisasi perdagangan, memberikan peluang dan kebebasan kepada para eksportir, khususnya eksportir ikan hias untuk melakukan transaksi perdagangan ke negara manapun.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu :

- ❖ Agar para eksportir ikan hias selalu konsisten dalam menjaga kepercayaan yang telah diberikan para konsumen.baik itu menyangkut kualitas maupun jumlah produksi yang diinginkan.
- ❖ Diharapkan para eksportir ikan hias mempersiapkan diri sebaik mungkin,agar nantinya dapat bersaing dalam perdagangan bebas.

- ❖ Agar pemerintah lebih berperan aktif dalam mendukung peningkatan ekspor ikan hias dalam menghadapi liberalisasi perdagangan.



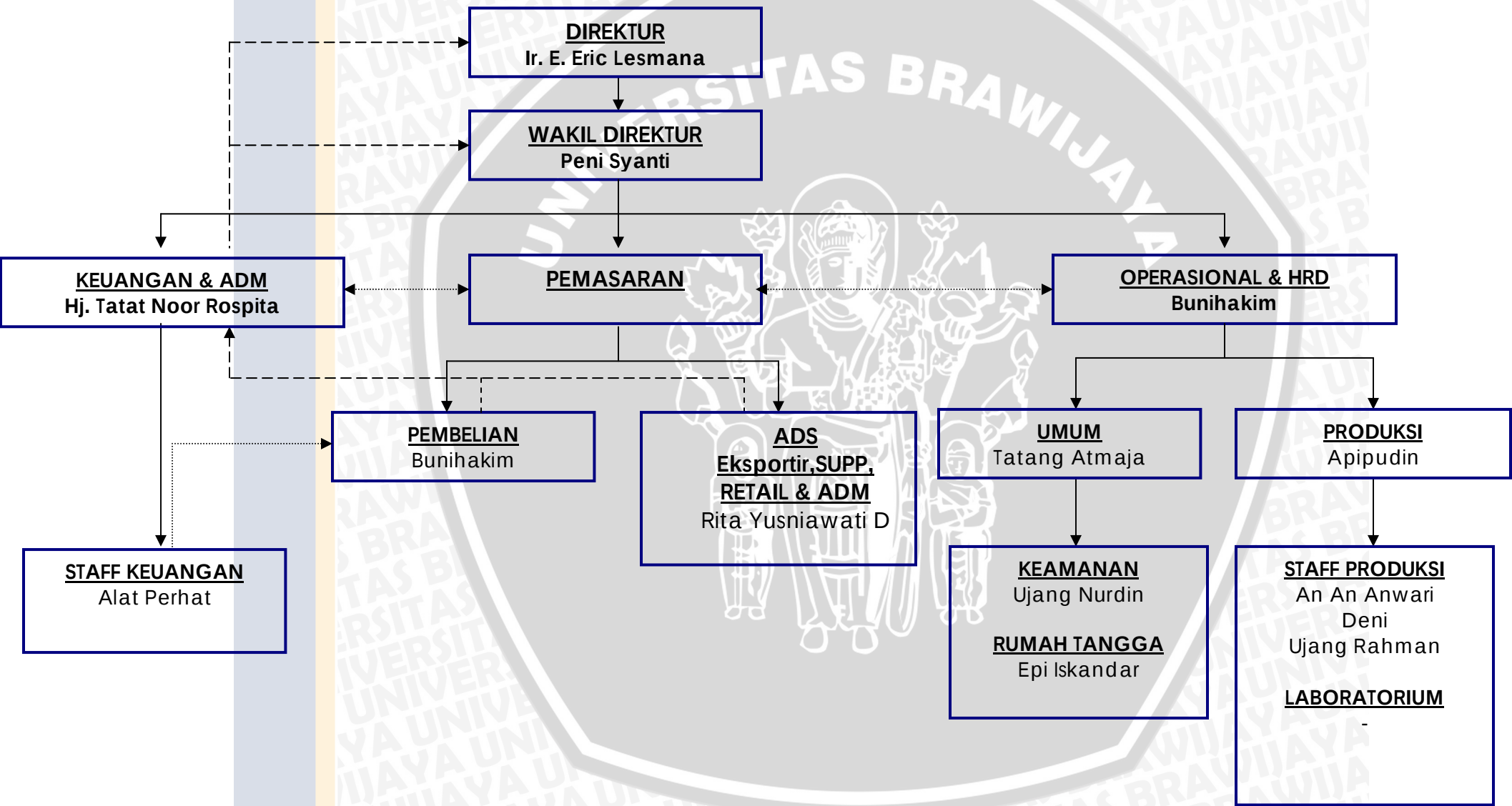
DAFTAR PUSTAKA

- Amang, Beddu dan M.H. Sawit. 1977. **Perdagangan Global dan Implikasinya pada Ketahanan Pangan Nasional. Agro-Ekonomika Nomor 2 Tahun XXVII.** Oktober 1997. PERHEPI. Jakarta.
- Boediono, Dr. 1982. **Ekonomi Mikro.** BPFE Universitas Gajahmada. Yogyakarta.
- Dahuri, Rokhmin. 2005. **Potensi Ekonomi Kelautan (Menyambut Hari Nusantara 13 Desember).** Harian Republika 13 Desember 2005.
- Erwidodo. 1997. **Implikasi dan Dampak Putaran Uruguay pada Sektor Pertanian di Indonesia. Agro-Ekonomika Nomor 2 Tahun XXVII.** Oktober 1997. PERHEPI. Jakarta.
- Fauzi, Dr. Akhmad 2005. **Kebijakan Perikanan dan Kelautan; Isu, Sintesis, dan Gagasan.** Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hutabarat, Deliar, dkk. 1994. **Pelajaran Ekonomi.** Erlangga. Jakarta.
- Kartasasmita, Ginanjar. 1996. **Membangun Pertanian Abad-21: Menuju Pertanian yang Berkebudayaan Industri.** Majalah Triwulan Perencanaan Pembangunan No. 06 September/Oktober 1996. Jakarta.
- Koeswara, Sony. 1995. **Pemasaran Industri (Industrial Marketing).** Djambatan. Jakarta
- Krugman, Paul R dan Maurice. 2003. **Ekonomi Internasional, Teori dan Kebijakan, Edisi Kedua.** Rajawali Press. Jakarta.
- Marzuki, 2002. **Metode Riset.** BPFE Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Parwinia. 2001. **Evaluasi Kebijakan Perikanan Mengenai Pengembangan Agribisnis Terpadu.** Makalah Falsafah Sains PPS 702. Institut Pertanian Bogor.
- Pranadji, Tri. 1998. **Ke Arah Pengembangan Agribisnis di Pedesaan Menghadapi Globalisasi Abad 21.** Makalah Sumbangan Pemikiran untuk Pengembangan Kelembagaan Agribisnis di Pedesaan Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- Pasaribu, SM. 1997. **Situasi Perdagangan Komoditas Pertanian Indonesia di Pasar Regional. Agro-Ekonomika Nomor 2 Tahun XXVII.** Oktober 1997. PERHEPI. Jakarta.
- Primyastanto, Mimit, dkk . 2005. **Paket Praktikum Ekonometrika Perikanan.** Laboratorium SEP. Fakultas Perikanan. Unibraw. Malang.

- Risman. 2001. **Tantangan Pembangunan Pertanian dalam Era Globalisasi**. Makalah pada Diskusi Mata Kuliah Pembangunan Pertanian dari Prof. Dr. Ir. Gunawan Satari. Program Pasca-sarjana Universitas Padjadjaran. Bandung.
- Rochaety, Dr.Eti dan Dr.Ratih Tresnati. 2005. **Kamus Istilah Ekonomi**. Bumi Aksara.Jakarta.
- Rosyadi,Imron.2002.**Ringkasan Ekonomi Internasional, Soal dan Penyelesaiannya**. Muhammadiyah University Press.Surakarta.
- Sanim,Bunador.1998.**Ketangguhan Agribisnis dalam Menghadapi Gejolak Perekonomian**. Publikasi ilmiah Afkar. Volume IV No. 4. Jakarta.
- Saragih, Bungaran.1998.**Strategi Pengembangan Pertanian Pasca Orde Baru: Alternatif Kebijakan**. Manajemen Usahawan Indonesia No. 10/TH. XXVII Oktober 1998. Jakarta.
- Soeparmoko,M.1990. **Pengantar Ekonomi Makro**. BPFE Universitas Gajahmada. Yogyakarta.
- Stanton,Prof.William.J.1985. **Prinsip Pemasaran,Jilid I**.Alih Bahasa : Drs.Yohanes Lamarto,MBA,MSM.Airlangga.Jakarta.
- Syamsumar dan Riswandi. 1995.**Kerjasama ASEAN: Latar Belakang, Perkembangan dan Masa Depan**. PT Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Syaukat, Ahmad.2001.**ASEAN Free Trade Area (AFTA)**.Lokakarya Nasional di Bogor, 18 April 2001.

Lampiran II

STRUKTUR ORGANISASI CV. COLISA AQUARIA



Note: Kebijakan dan peraturan kantor cabang ditetapkan oleh kantor pusat

.....

Financial Report Line
Coord. Line

