

## DAFTAR ISI

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

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