



Distribusi Pemasaran Hasil Tangkapan Nelayan yang Didaratkan di Bangliau Mara Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau

Siska Handayani^{1*}, Eni Yulinda², Darwis³

¹²³Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, 28293

*Email: siska.handayani0145@student.unri.ac.id

Diterima:
22 Desember 2022

Diterbitkan:
29 Juli 2023

Abstract. This study aims to identify the marketing distribution channels for fishermen's catch landed in Bangliau Mara, to determine the amount of marketing margin received at each marketing agency for fishermen's catch, to determine the level of marketing efficiency for fishermen's catch at each marketing agency in Bangliau Mara. The method used is a survey method by observing directly to the object of research by collecting data through a questionnaire, determining the respondents using the census and snowball methods, totaling 63 people. The results showed that the highest total marketing margin in marketing distribution activities for fishermen's catches in Bangliau "Mara" on the Pekanbaru agent channel occurred for all types of shrimp in the amount of Rp. 30,000; channel agent Kandis also occurs in the type of shrimp as a whole Rp. 26,000; Duri agent channel occurs in shrimp, mackerel, happy fish, and gulama fish as a whole each type of shrimp and fish is Rp. 24,000; while the Dumai agent channel occurs in the catch in the form of shrimp, the overall marketing margin is Rp. 25,000.- an efficient marketing channel is a marketing channel (I), using the concept of marketing costs carried out by marketing channels (I), using the concept of marketing costs carried out at the lowest cost for the Kandis area for Tenggiri fish commodities, namely 4.6% and shrimp 4.8%. Duri area for mackerel fish commodities 4.5% and shrimp 4.7%. In the Dumai area for mackerel fish commodities 4.3% and shrimp 4.1%.

Keywords: *marketing margin, fisherman share, marketing channel, fisherman's income*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran distribusi pemasaran hasil tangkapan nelayan yang didaratkan di Bangliau Mara, untuk mengetahui besaran margin pemasaran yang diterima pada masing-masing lembaga pemasaran hasil tangkapan nelayan, untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran hasil tangkapan nelayan pada masing-masing lembaga pemasaran di Bangliau Mara. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan melakukan observasi secara langsung ke objek penelitian dengan mengumpulkan data melalui kuesioner, penentuan responden menggunakan metode sensus dan snowball yang berjumlah 63 orang. Hasil penelitian menunjukkan Total margin pemasaran tertinggi pada kegiatan distribusi pemasaran hasil tangkapan nelayan di Bangliau "Mara" di saluran agen Pekanbaru terjadi pada jenis udang secara keseluruhan sebesar Rp. 30.000; saluran agen Kandis juga terjadi pada jenis udang secara keseluruhan sebesar Rp. 26.000; saluran agen Duri terjadi pada udang, ikan Tenggiri, ikan Senangin, dan ikan gulama secara keseluruhan masing masing jenis udang dan ikan sebesar Rp. 24.000; sedangkan saluran agen Dumai terjadi pada hasil tangkapan berupa udang, secara keseluruhan margin pemasarannya sebesar Rp. 25.000.- saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran (I), menggunakan konsep biaya pemasaran yang dilakukan saluran pemasaran (I), menggunakan konsep biaya pemasaran yang dilakukan dengan biaya terendah untuk daerah

Kata Kunci: *margin pemasaran, fisherman share, saluran pemasaran, pendapatan nelayan*

Metode Penelitian

26

Populasi dan Responden. Populasi dalam penelitian ini merupakan pemilik bangliau dengan jumlah 1 orang, nelayan yang mendarat ikan di bangliau Mara berjumlah 50 orang, agen berjumlah 4 orang, pedagang pengecer berjumlah 4 orang dan along-along 4 orang dengan jumlah total 63 orang.

Metode Pengumpulan Data. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data yang telah terkumpul dalam penelitian kemudian diolah dan dianalisa sesuai dengan tujuan penelitian..

Analisis Data. Data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah:

- 1. Analisis Margin Pemasaran.** Digunakan mengukur keuntungan masing masing pelaku yang terlibat dalam proses distribusi ikan.

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP : Margin Pemasaran (Rp/Kg).

Pr : Harga Konsumen (Rp/Kg).

Pf : Harga Produsen (Rp/Kg).

- 2. Fisherman's Share.** Merupakan persentase keuntungan yang diterima nelayan.

$$SPf = Pf / Pr \times 100\%$$

Keterangan :

SPf : Share Harga ditingkat nelayan

Pf : Harga ditingkat nelayan.

Pr : Harga ditingkat Konsumen.

- 3. Share biaya pemasaran dan share keuntungan.**

Sbi : $(bi / Pr) \times 100\%$

Ski : $(ki / Pr) \times 100\%$

Keterangan :

Ski : Shere Keuntungan lembaga pemasaran ke i.

Sbi : Share Biaya pemasaran ke i.

- 4. Analisis Efisiensi Pemasaran**

Menurut Adjam (2016), Efisiensi adalah kepuasan dari konsumen, produsen maupun lembaga-lembaga yang terlibat di dalam mengalirkan barang/jasa mulai dari nelayan sampai ke konsumen akhir. Untuk mengetahui tingkat efesiensi pemasaran hasil tangkapan nelayan pada masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus :

$$Eps : BP/HE \times 100\%$$

Keterangan :

Eps : Efesiensi Pemasaran

Bp : Biaya Pemasaran

HE : Harga Eceran

Kriteria :

- Eps < 5%, berarti efisien

- Eps > 5%, berarti tidak efisien

- 5. Analisis Pendapatan**

Adyana dalam Yasa, 2017 Pendapatan yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$n = TR - TC$$

Keterangan :

n = Pendapatan Lembaga Pemasaran

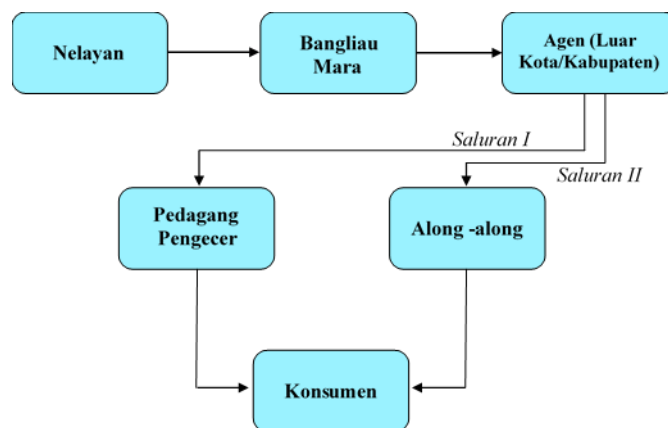
TR = Total Revenue atau Total Penerimaan

TC = Total Cost atau Total Biaya

Hasil dan Pembahasan

Keadaan Umum Perikanan. Nelayan yang mendaratkan ikan di bangliau Mara ada 50 kapal. Nelayan yang mendaratkan ikan di Bangliau Mara memiliki pinjaman modal kepada tauke. Pinjaman itu berupa perbaikan kapal, membeli jaring dan lainnya. Pinjaman tersebut akan dikembalikan setelah nelayan menjual hasil tangkapannya kepada tauke. Setiap hari nelayan pergi melaut untuk mencari ikan, kerang ataupun udang menggunakan kapal berukuran <5 GT dengan alat tangkap jaring. Pasca nelayan melaut, hasil tangkapan tersebut di daratkan di Bangliau Mara, hasil tangkapan nelayan akan dijual kepada tauke dan harga dari masing-masing ikan sudah ditetapkan oleh tauke itu sendiri. Rata-rata hasil tangkapan nelayan yang mendaratkan ikan di bangliau Mara per harinya yaitu berkisar 1000-2000 Kilogram saat musim ikan. Sedangkan pada saat tidak musim ikan per harinya yaitu berkisar 500-700 Kg. Ada beberapa jenis hasil tangkapan nelayan yang di daratkan di Bangliau Mara, diantaranya ikan Senangin, ikan Bawal Putih, ikan Tenggiri, ikan Pari, ikan Sembilang, ikan Senohong, ikan Cencaru, ikan Gulama, ikan Duri, ikan Kakap, ikan Puput, ikan Sebelah, Kerang dan Udang.

Distribusi Pemasaran Hasil Tangkapan Nelayan yang Didaratkan di Bangliau Mara. Saluran distribusi hasil tangkapan nelayan responden yang didaratkan di Bangliau Mara sepenuhnya dijual kepada tauke. Nelayan tidak pernah menjual secara langsung hasil tangkapan mereka kepada para agen, pedagang pengecer, along-along dan konsumen. Nelayan hanya menjual hasil tangkapan mereka kepada tauke Bangliau Mara karena tauke mampu menampung setiap jenis hasil tangkapan apa saja yang diperoleh nelayan ketika usai melaut. Saluran distribusi ikan dan udang di Bangliau Mara ditemukan 2 pola saluran tata niaga, yaitu saluran I, dari nelayan → bangliau → agen → pengecer → konsumen. Saluran II, dari nelayan → bangliau → agen → along-along → konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Nelayan di Bangliau Mara

Tabel 1. Harga Jenis Hasil Tangkapan Nelayan yang didaratkan di Bangliau Mara

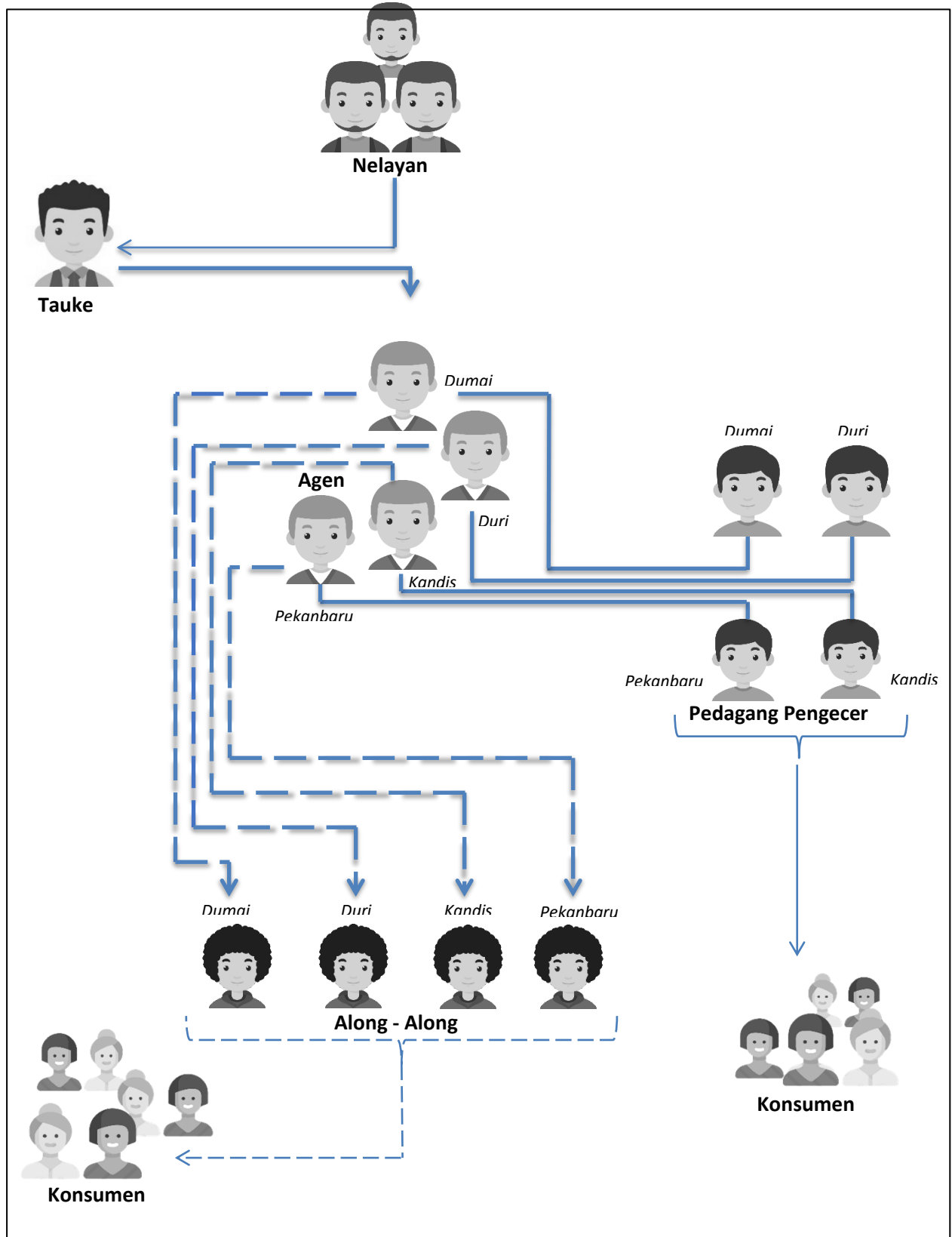
No	Jenis Ikan	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Ikan Senangin	38.000
2	Ikan Gulama	16.000
3	Ikan Duri	8.000
4	Ikan Tenggiri	43.000
5	Udang	40.000

Tabel 1. Produksi Ikan Kabupaten Rokan Hilir, Riau

Jenis Ikan	2015	2016	2017
Senangin	0.190	0.189	0.058
Udang	0.639	0.637	0.051
Kakap merah	0.607	0.613	0.062
Pari	0.387	0.395	0.042

Tabel 1. menunjukkan bahwa Udang (*Panaeus Monodon*) memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan jenis ikan yang lainnya. Udang memiliki harga sebesar Rp. 40.000/Kg dengan kualitas yang terbaik. Hal ini menunjukkan bahwa udang merupakan komoditi hasil tangkapan nelayan yang paling banyak diminati. Selain udang, ikan Tenggiri (*Scomberomorus*) juga memiliki harga yang tidak jauh dengan udang yaitu Rp. 43.000/Kg. Kedua jenis komoditi inilah yang menjadi produk unggulan di Bangliau Mara yang disusul dengan jenis ikan Senangin (*Eleutheronema tetradactylum*), ikan Gulama

(Nibea soldado) dan ikan Duri (Hexanemachthys sagor). Harga ikan dan udang tersebut ditentukan oleh Tauke Bangliau Mara dengan kesepakatan diantara tauke dan nelayan. Harga-harga ikan tersebut bisa saja suatu saat berubah mengikuti perkembangan ekonomi, permintaan dan penawaran dari konsumen.



Gambar 2. Ilustrasi saluran distribusi pemasaran hasil tangkapan nelayan yang didaratkan di Bangliau Mara

Harga Beli dan Harga Jual serta Margin Pemasaran . Dalam penelitian ini margin pemasaran dihitung sebagai selisih antara harga jual ikan tangkap di tingkat nelayan dengan harga jual ikan di tingkat pengecer.

Tabel 6. Analisis Margin Pemasaran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Hasil Tangkapan Nelayan yang didaratkan di Bangliau Mara Bulan Juli Tahun 2019 Terhadap Agen Pekanbaru

Lembaga Pemasaran		Jenis Ikan/Kg				
		Tenggiri	Udang	Senangin	Gulama	Duri
Nelayan	Harga Beli	-	-	-	-	-
	Harga Jual	43.000	40.000	38.000	16.000	8.000
	Margin Pemasaran	-	-	-	-	-
	Biaya Pemasaran	-	-	-	-	-
	Keuntungan	-	-	-	-	-
	Share diterima (%)	*72,8 **71,6	*70,1 **69	*74,5 **71,6	*59,2 **55,1	*47 **42,1
Tauke	Harga Beli	43.000	40.000	38.000	16.000	8.000
	Harga Jual	48.000	45.000	41.000	19.000	11.000
	Margin Pemasaran	5.000	5.000	3.000	3.000	3.000
	Biaya Pemasaran	1.066	1.066	1.066	1.066	1.066
	Keuntungan	3.934	3.934	1.934	1.934	1.934
	Share diterima (%)	*72,8 **71,6	*70,1 **69	*74,5 **71,6	*59,2 **55,1	*47 **42,1
Agen	Harga Beli	48.000	45.000	41.000	19.000	11.000
	Harga Jual	53.000	50.000	46.000	23.000	14.000
	Margin Pemasaran	5.000	5.000	5.000	4.000	3.000
	Biaya Pemasaran	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333
	Keuntungan	3.667	3.667	3.667	2.667	1.667
	Share diterima (%)	*81,3 **80	*79 **77,5	*80,3 **77,3	*70,3 **65,5	*64,7 **57,8
Pedagang Pengecer	Harga Beli	53.000	50.000	46.000	23.000	14.000
	Harga Jual	59.000	57.000	51.000	27.000	17.000
	Margin Pemasaran	6.000	7.000	5.000	4.000	3.000
	Biaya Pemasaran	750	750	750	750	750
	Keuntungan	5.250	6.250	4.250	3.250	2.250
	Share diterima (%)	*90	*87,7	*90,1	*85,1	*82,3
Along-along	Harga Beli	53.000	50.000	46.000	23.000	14.000
	Harga Jual	60.000	58.000	53.000	29.000	19.000
	Margin Pemasaran	7.000	8.000	7.000	6.000	5.000
	Biaya Pemasaran	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
	Keuntungan	5.500	6.500	5.500	4.500	3.500
	Share diterima (%)	*88,3 Efisiensi Pemasaran (%)	*86,2 6,4	*86,7 6,7	*79,3 13,4	*73,6 20,5

Keterangan Tabel : *Share diterima dari Pengecer **Share diterima dari Along-Along

Keterangan Biaya Pemasaran :

- Biaya pemasaran tauke meliputi plastik dan es (Rp/Kg)
- Biaya pemasaran agen meliputi transportasi.
- Biaya pemasaran P. Pengecer meliputi biaya es, retribusi, dan plastik (Rp/Kg)
- Biaya pemasaran Along-along meliputi biaya es, transportasi, plastik (Rp/Kg)

Tabel 7. Analisis Margin Pemasaran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Hasil Tangkapan Nelayan yang didaratkan di Bangliau Mara Bulan Juli Tahun 2019 Terhadap Agen Kandis

		Jenis Ikan/Kg				
Lembaga Pemasaran		Tenggiri	Udang	Senangin	Gulama	Duri
Nelayan	Harga Beli	-	-	-	-	-
	Harga Jual	43.000	40.000	38.000	16.000	8.000
	Margin Pemasaran	-	-	-	-	-
	Biaya Pemasaran	-	-	-	-	-
	Keuntungan	-	-	-	-	-
	Share diterima (%)	*75,4	*72,7	*74,5	*55,1	*40
		**72,8	**71,4	**74,5	**57,1	**40
Tauke	Harga Beli	43.000	40.000	38.000	16.000	8.000
	Harga Jual	48.000	45.000	41.000	19.000	11.000
	Margin Pemasaran	5.000	5.000	3.000	3.000	3.000
	Biaya Pemasaran	1.066	1.066	1.066	1.066	1.066
	Keuntungan	3.934	3.934	1.934	1.934	1.934
	Share diterima (%)	*75,4	*72,7	*74,5	*55,1	*40
		**72,8	**71,4	**74,5	**57,1	**40
Agen	Harga Beli	48.000	45.000	41.000	19.000	11.000
	Harga Jual	52.000	49.000	45.000	23.000	15.000
	Margin Pemasaran	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
	Biaya Pemasaran	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Keuntungan	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
	Share diterima (%)	*84,2	*81,8	*80,3	*65,5	*55
		**81,3	**80,3	**78,8	**63,3	**50
Pedagang Pengecer	Harga Beli	52.000	49.000	45.000	23.000	15.000
	Harga Jual	57.000	55.000	51.000	29.000	20.000
	Margin Pemasaran	5.000	6.000	6.000	6.000	5.000
	Biaya Pemasaran	600	600	600	600	600
	Keuntungan	4.400	5.400	5.400	5.400	4.400
	Share diterima (%)	*91,2	*89	*88,2	*79,3	*75
		4,6	4,8	5,2	9,1	13,3
Along-along	Harga Beli	52.000	49.000	45.000	23.000	15.000
	Harga Jual	59.000	56.000	51.000	28.000	20.000
	Margin Pemasaran	7.000	7.000	6.000	5.000	5.000
	Biaya Pemasaran	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333
	Keuntungan	5.667	5.667	4.667	3.667	3.667
	Share diterima (%)	**88,1	**87,5	**88,2	**82,1	**75
		5,7	6	6,6	12,1	17

Keterangan Tabel : *Share diterima dari Pengecer **Share diterima dari Along-Along

Keterangan Biaya Pemasaran :

a. Biaya pemasaran tauke meliputi plastik dan es (Rp/Kg)

b. Biaya pemasaran agen meliputi transportasi.

c. Biaya pemasaran P. Pengecer meliputi biaya es, retribusi, dan plastik (Rp/Kg)

d. Biaya pemasaran Along-along meliputi biaya es, transportasi, plastik (Rp/Kg)

Tabel 8. Analisis Margin Pemasaran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Hasil Tangkapan Nelayan yang didaratkan di Bangliau Mara Bulan Juli Tahun 2019 Terhadap Agen Duri

Lembaga Pemasaran		Jenis Ikan/Kg				
		Tenggiri	Udang	Senangin	Gulama	Duri
Nelayan	Harga Beli	-	-	-	-	-
	Harga Jual	43.000	40.000	38.000	16.000	8.000
	Margin Pemasaran	-	-	-	-	-
	Biaya Pemasaran	-	-	-	-	-
	Keuntungan	-	-	-	-	-
	Share diterima (%)	*75,4 **72,8	*72,7 **71,4%	*74,5 **73	*57,1 **55,1	*44,4 **40
Tauke	Harga Beli	43.000	40.000	38.000	16.000	8.000
	Harga Jual	48.000	45.000	41.000	19.000	11.000
	Margin Pemasaran	5.000	5.000	3.000	3.000	3.000
	Biaya Pemasaran	1.066	1.066	1.066	1.066	1.066
	Keuntungan	3.934	3.934	1.934	1.934	1.934
	Share diterima (%)	*75,4 **72,8	*72,7 **71,4	*74,5 **73	*57,1 **55,1	*44,4 **40
Agen	Harga Beli	48.000	45.000	41.000	19.000	11.000
	Harga Jual	51.000	49.000	45.000	23.000	14.000
	Margin Pemasaran	4.000	4.000	4.000	4.000	3.000
	Biaya Pemasaran	800	800	800	800	800
	Keuntungan	3.200	3.200	3.200	3.200	2.200
	Share diterima (%)	*84 **81,3	*81,8 **80,3	*80,3 **78,8	*67,8 **65,5	*61,1 **55
Pedagang Pengecer	Harga Beli	51.000	49.000	45.000	23.000	14.000
	Harga Jual	56.000	54.000	51.000	28.000	18.000
	Margin Pemasaran	5.000	5.000	6.000	5.000	4.000
	Biaya Pemasaran	692	692	692	692	692
	Keuntungan	4.308	4.308	5.308	4.308	3.308
	Share diterima (%)	*91	*89	*88,2	*82,1	*77,7
Along-along	Efisiensi Pemasaran (%)	4,5	4,7	5	9,1	14,2
	Harga Beli	51.000	49.000	45.000	23.000	14.000
	Harga Jual	57.000	55.000	52.000	29.000	20.000
	Margin Pemasaran	6.000	6.000	7.000	6.000	6.000
	Biaya Pemasaran	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
	Keuntungan	4.800	4.800	5.800	4.800	4.800
	Share diterima (%)	*88,1 **88,1	*87,5 **87,5	*86,5 **86,5	*79,3 **79,3	*70 **70
	Efisiensi Pemasaran (%)	5,3	5,5	5,8	10,5	15,3

Keterangan Tabel : *Share diterima dari Pengecer **Share diterima dari Along-Along

Keterangan Biaya Pemasaran :

- Biaya pemasaran tauke meliputi plastik dan es (Rp/Kg)
- Biaya pemasaran agen meliputi transportasi.
- Biaya pemasaran P. Pengecer meliputi biaya es, retribusi, dan plastik (Rp/Kg)
- Biaya pemasaran Along-along meliputi biaya es, transportasi, plastik (Rp/Kg)

Tabel 9. Analisis Margin Pemasaran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Hasil Tangkapan Nelayan yang didaratkan di Bangliau Mara Bulan Juli Tahun 2019 Terhadap Agen Dumai

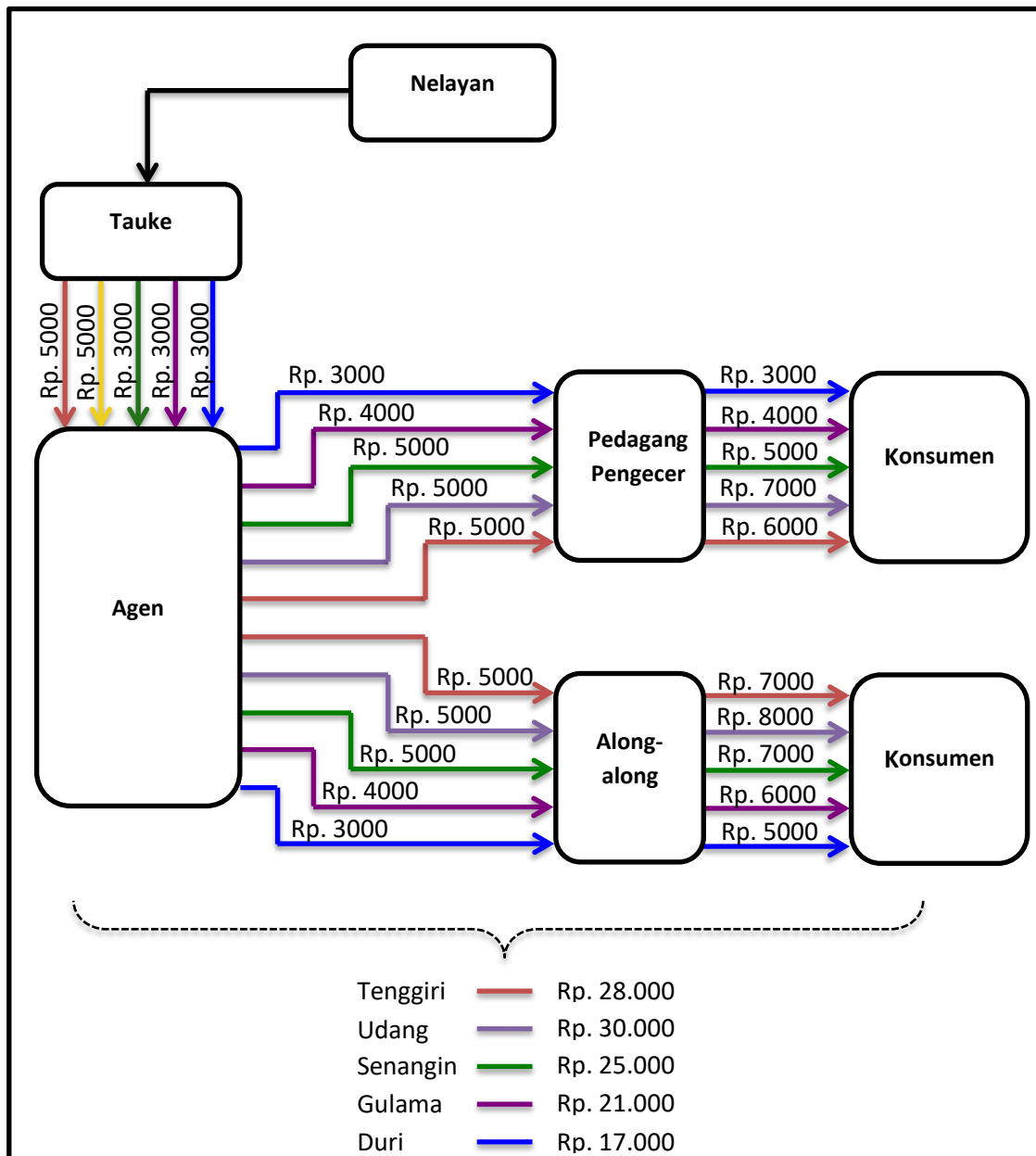
Lembaga Pemasaran		Jenis Ikan/Kg				
		Tenggiri	Udang	Senangin	Gulama	Duri
Nelayan	Harga Beli	-	-	-	-	-
	Harga Jual	43.000	40.000	38.000	16.000	8.000
	Margin Pemasaran	-	-	-	-	-
	Biaya Pemasaran	-	-	-	-	-
	Keuntungan	-	-	-	-	-
	Share diterima (%)	*76,7 **75,4	*74 **72,7	*80,8 **79,1	*64 **61,5	*47 **44,4
Tauke	Harga Beli	43.000	40.000	38.000	16.000	8.000
	Harga Jual	48.000	45.000	41.000	19.000	11.000
	Margin Pemasaran	5.000	5.000	3.000	3.000	3.000
	Biaya Pemasaran	1.066	1.066	1.066	1.066	1.066
	Keuntungan	3.934	3.934	1.934	1.934	1.934
	Share diterima (%)	*76,7 **75,4	*74 **72,7	*80,8 **79,1	*64 **61,5	*47 **44,4
Agen	Harga Beli	48.000	45.000	41.000	19.000	11.000
	Harga Jual	51.000	49.000	43.000	21.000	13.000
	Margin Pemasaran	3.000	4.000	2.000	2.000	2.000
	Biaya Pemasaran	666	666	666	666	666
	Keuntungan	2.334	3.334	1.334	1.334	1.334
	Share diterima (%)	*85,7 **84,2	*83,3 **81,8	*87,2 **85,4	*76 **73,0	*64,7 **61,1
Pedagang Pengecer	Harga Beli	51.000	49.000	43.000	21.000	13.000
	Harga Jual	56.000	55.000	47.000	25.000	17.000
	Margin Pemasaran	5.000	6.000	4.000	4.000	4.000
	Biaya Pemasaran	720	570	720	720	720
	Keuntungan	4.280	5.430	3.280	3.280	3.280
	Share diterima (%)	*91 Efisiensi Pemasaran (%)	*90 4,3	*91,4 5,2	*84 9,8	*76,4 14,4
Along-along	Harga Beli	51.000	49.000	43.000	21.000	13.000
	Harga Jual	57.000	55.000	48.000	26.000	18.000
	Margin Pemasaran	6.000	6.000	5.000	5.000	5.000
	Biaya Pemasaran	1.631	1.481	1.631	1.631	1.631
	Keuntungan	4.369	4.519	3.369	3.369	3.369
	Share diterima (%)	*89,4 Efisiensi Pemasaran (%)	*89 5,8	*89,5 7	*80,7 12,5	*72,2 18,6

Keterangan Tabel : *Share diterima dari Pengecer **Share diterima dari Along-Along

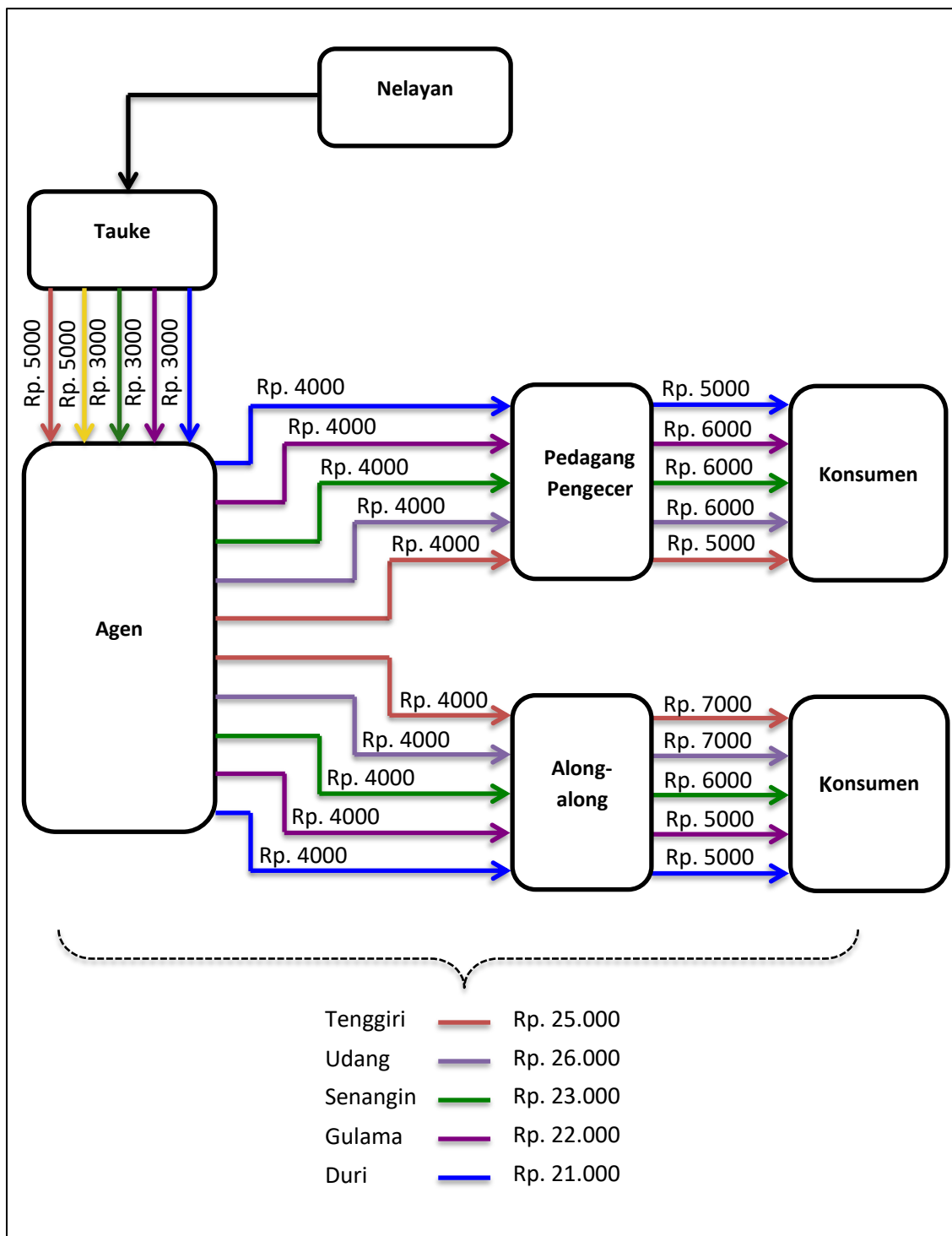
Keterangan Biaya Pemasaran :

- Biaya pemasaran tauke meliputi plastik dan es (Rp/Kg)
- Biaya pemasaran agen meliputi transportasi.
- Biaya pemasaran P. Pengecer meliputi biaya es, retribusi, dan plastik (Rp/Kg)
- Biaya pemasaran Along-along meliputi biaya es, transportasi, plastik (Rp/Kg)

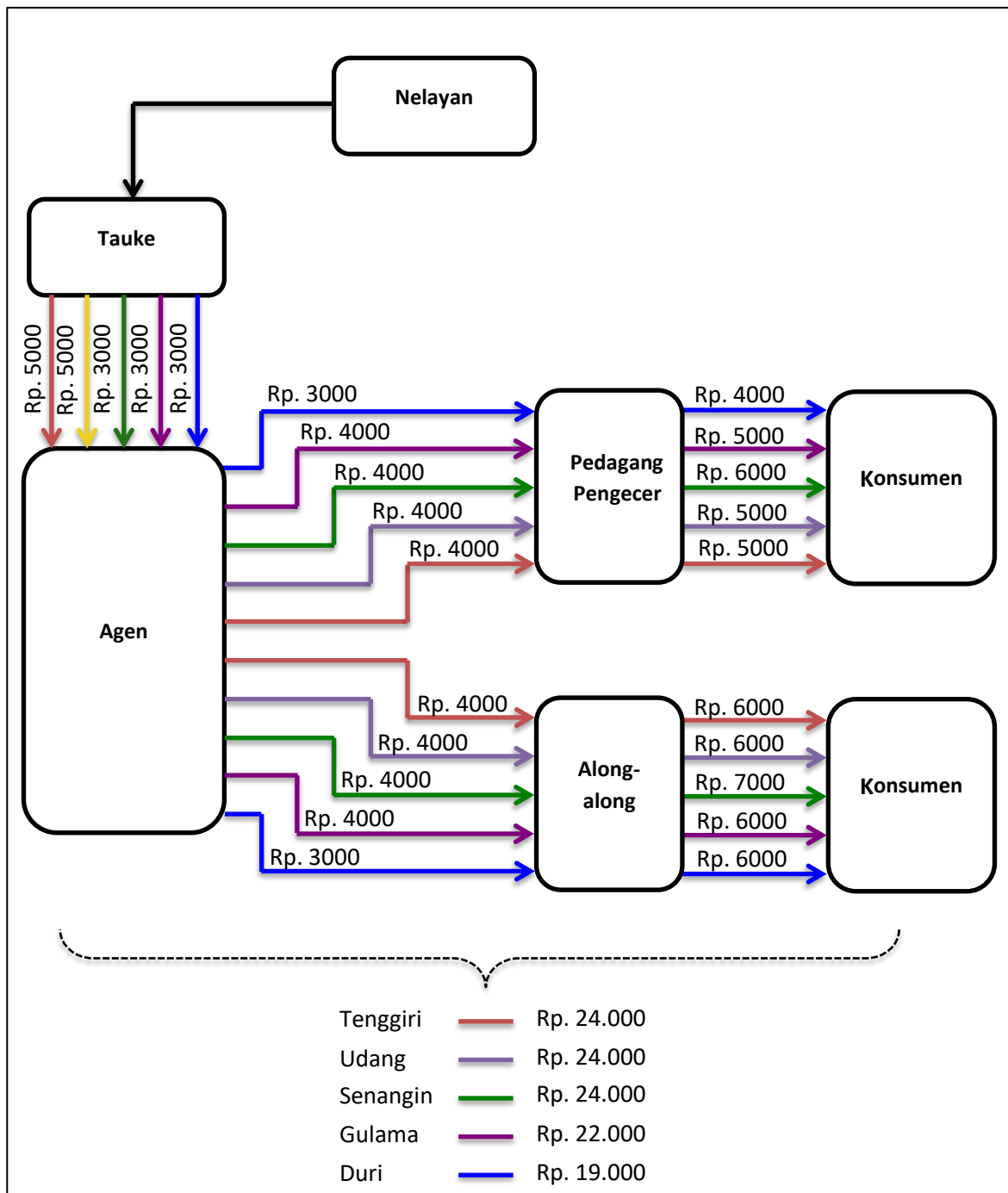
Nilai Rantai Distribusi Komoditas Hasil Tangkapan Nelayan



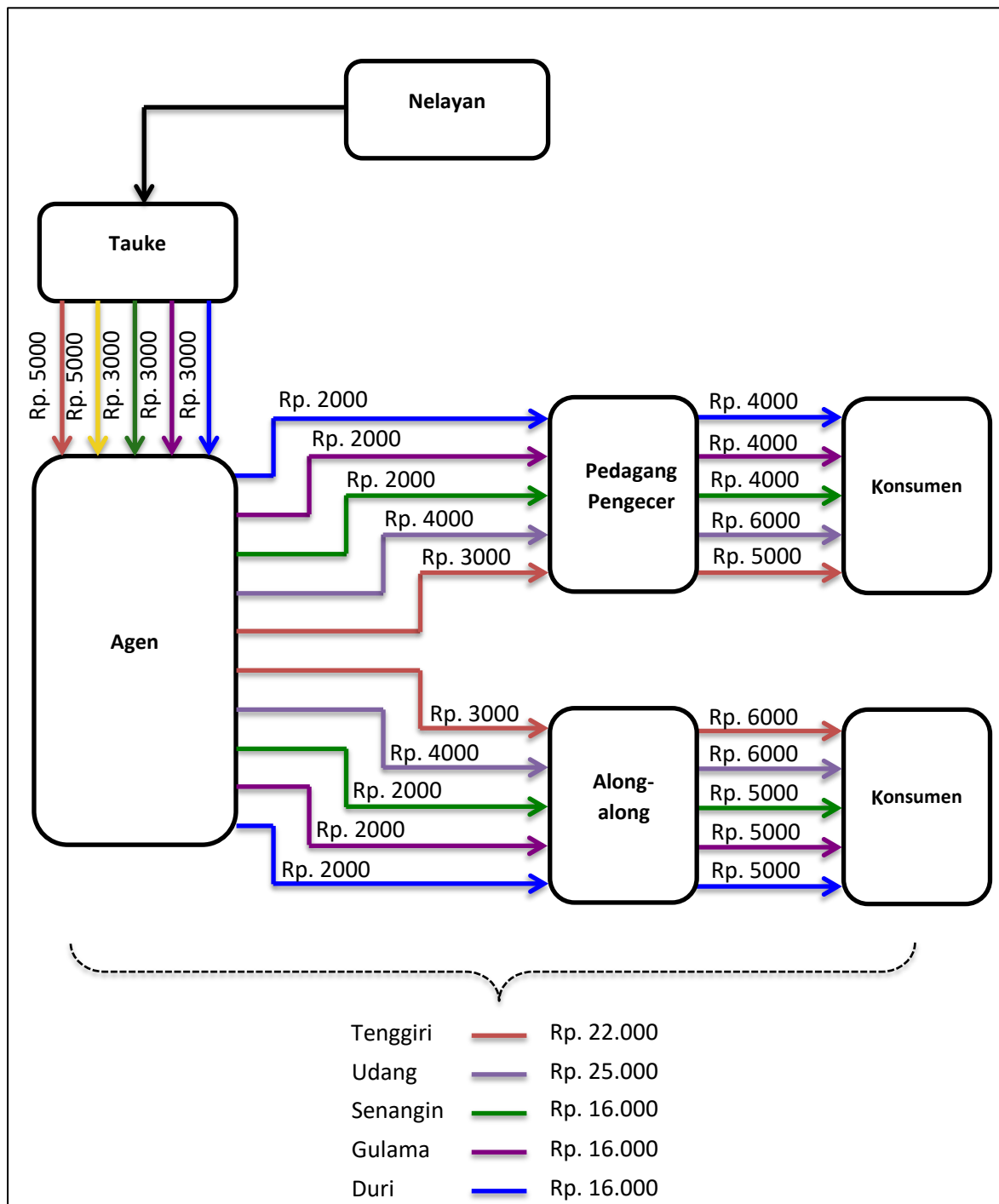
Gambar 3. Margin Pemasaran pada setiap Pelaku Tata Niaga Hasil Tangkapan Nelayan di Bangliau Mara Ajen Pekanbaru



Gambar 3. Margin Pemasaran pada setiap Pelaku Tata Niaga Hasil Tangkapan Nelayan di Bangliau Mara Agen Kandis



Gambar 4. Margin Pemasaran pada setiap Pelaku Tata Niaga Hasil Tangkapan Nelayan di Bangliau Mara Agen Duri



Gambar 5. Margin Pemasaran pada setiap Pelaku Tata Niaga Hasil Tangkapan Nelayan di Bangliau Mara Agen Dumai

Kesimpulan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui kesimpulan bahwa, kegiatan distribusi hasil tangkapan nelayan yang di daratkan di Bangliau "Mara" melibatkan beberapa lembaga pemasaran di antaranya; nelayan, tauke, agen, pedagang pengecer dan along-along. Saluran distribusi pemasaran yang terjadi di Bangliau "Mara" terdapat 2 pola saluran, yang pertama yaitu dari nelayan → tauke → agen → pedagang pengecer → konsumen dan yang kedua dari nelayan → tauke → agen → along-along → konsumen. Pada tingkat agen terdapat pola distribusi yang terdiri dari agen Pekanbaru, agen Kandis, agen Duri, dan agen Dumai. Setiap agen memiliki pedagang pengecer dan along-alongnya masing masing. Total margin pemasaran tertinggi pada kegiatan distribusi pemasaran hasil tangkapan nelayan di Bangliau "Mara" di saluran agen Pekanbaru terjadi pada jenis udang secara keseluruhan sebesar Rp. 30.000; saluran agen Kandis juga terjadi pada jenis udang secara keseluruhan sebesar Rp.

26.000; saluran agen Duri terjadi pada udang, ikan Tenggiri, ikan Senangin, dan ikan gulama secara keseluruhan masing masing jenis udang dan ikan sebesar Rp 24.000; sedangkan saluran agen Dumai terjadi pada hasil tangkapan berupa udang, secara keseluruhan margin pemasarannya sebesar Rp 25.000.. Berdasarkan hasil perhitungan bahwa saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran (I), menggunakan konsep biaya pemasaran yang dilakukan dengan biaya terendah untuk daerah Kandis pada komoditas ikan Tenggiri yaitu 4,6% dan Udang 4,8%. Daerah Duri pada komoditas Ikan Tenggiri 4,5% dan Udang 4,7%. Pada daerah Dumai untuk komoditas ikan Tenggiri 4,3% dan Udang 4,1%.

Rekomendasi. Ketidakterlibatan nelayan secara langsung dalam menyalurkan hasil tangkapannya secara langsung kepada konsumen membuat nelayan tidak akan mampu mendapat penghasilan dari nilai tambah perdagangan hasil tangkapan mereka. Hendaknya ada inisiatif sendiri dari para nelayan untuk menjual hasil tangkapannya langsung kepada konsumen. Salah satunya yaitu ada peran dari istri atau keluarga untuk ikut dalam pemasaran hasil tangkapan tersebut. Selain karena harga jual yang tinggi dibandingkan jika harus melalui tauke, hal ini dapat menambah pemasukan untuk keluarga nelayan tersebut. Kemudian perlu adanya sosialisasi dari lembaga institusi publik untuk membantu para nelayan dalam hal permodalan, seperti memfasilitator antara nelayan dengan lembaga permodalan baik itu koperasi atau lembaga lain yang sifatnya memudahkan nelayan sehingga nelayan tersebut tidak lagi meminjam bantuan dari tauke lagi..

References

- Adjam, N. I. 2016. Pengaruh *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Perubahan Harga Saham (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015. Widyatama Repository Universitas Widyatama.
- Malik. 2006. Kajian Distribusi Hasil Tangkapan Ikan di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Muara Angke, Jakarta Utara. Bogor: Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor.
- Nuriati, N. K. 2017. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Pamikiran, A., Pontoh, O., & R.R. Aling, D. 2013. Pola Pemasaran Ikan Tuna (*Thunnus albacores*) Studi Kasus di Pasar Bersehati, Kelurahan Calaca, Kota Manado. *AKULTURASI (Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan)*.
- Pradini, U. R., Yulinda, E., & Arief, H. 2017. Distribusi Dan Margin Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan di Bangliao Hasan Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir. *Jurnal Terubuk*.
- Sarwanto, C. 2013. Kajian Sistem Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan Nelayan Di Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DIY. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*.
- Supriana, A. 2003. Analisis Sistem Pemasaran Gabah/Beras (Studi Kasus Petani Padi di Sumatera Utara). Laporan Penelitian. Pusat penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Syahza, A. 2003. Paradigma Baru: Pemasaran Produk Pertanian berbasis Agribisnis. *Jurnal Ekonomi PPD&I Fakultas Ekonomi Tarumanegara, Jakarta*.