

PEMASARAN HASIL TANGKAPAN UTAMA JARING INSANG DASAR (Studi Kasus) DI DESA LUBUK RUSO KECAMATAN PEMAYUNG

Disajikan Oleh:

Ardaniah (E1E01931) di bawah bimbingan :

Noferdiman¹, M. Hariski.²

Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan Fakultas Peternakan
Universitas Jambi, Jl. Raya Jambi-Ma. Bulian KM 15 Mendalo Darat
Jambi 36361

Email: ardaniahh@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pemasaran memiliki peran menghubungkan produsen dengan konsumen. Dengan demikian, pemasaran yang efisien mutlak dibutuhkan untuk menciptakan harga rendah. Nelayan di Desa Lubuk Ruso melibatkan beberapa lembaga pemasaran agar dapat menyalurkan produk dengan cepat dan tepat. Akan tetapi, nelayan disana umumnya tidak menetapkan harga jual ikan hasil tangkapan dalam proses pemasaran yang terjadi. Sehingga nelayan tidak mengetahui besaran biaya yang diterimanya menghasilkan lebih banyak keuntungan atau tidak. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kondisi saluran pemasaran serta menganalisa besaran margin pemasaran di tiap-tiap lembaga saluran pemasaran hasil tangkapan utama di Desa Lubuk Ruso, Kecamatan Pemayung.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey. Data yang dihimpun dalam penelitian ini adalah harga jual dan harga beli ikan di tiap-tiap lembaga pemasaran dan jumlah hasil tangkapan ikan berdasarkan berat. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini meliputi margin pemasaran, *fisherman's share* dan komposisi hasil tangkapan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran di Desa Lubuk Ruso Kecamatan Pemayung yaitu saluran pemasaran I Nelayan dan Konsumen Tingkat Akhir, saluran pemasaran II Nelayan - Pedagang Pengepul-Konsumen, sedangkan saluran pemasaran III Nelayan - Pedagang Pengepul – 5 Pedagang Pengecer –Konsumen. Adapun target pasar yang dituju oleh pedagang pengepul yakni, Bajubang, Pasar Sei. Baung, Pasar Bujang Kasim Arah Teratai dan Pasar Rasau sedangkan pada pedagang pengecer hanya terdapat di Pasar Desa Lubuk Ruso. Total margin pada saluran-1 adalah Rp.0 pada saluran ke-2 sebesar Rp.3000,- dan saluran pemasaran ke-3 sebesar Rp. 25.000,-. Adapun *fisherman's share* pada saluran pemasaran 1 sebesar 100%, saluran pemasaran ke-2 sebesar 83% serta saluran pemasaran yang ketiga sebesar 66%.

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan terdapat 3 pola saluran pemasaran yang ada dengan nilai total margin Ikan Lambak dan Ikan Senggiring sebagai Hasil Tangkapan Utama sebesar Rp. 28.000,-

Kata kunci : Margin Pemasaran, Jaring Insang Dasar, Hasil Tangkapan
Desa Lubuk Ruso

Keterangan :1) Pembimbing Utama
2) Pembimbing Pendamping