ANALISIS PEMASARAN IKAN BAUNG (*Hemibagrus nemurus)* DI KECAMATAN PANGKALAN KERINCI KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU

OLEH :

FITRI FEBRIANTI
184210344

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU

2023

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
ISLAM RIAU

ANALISIS PEMASARAN IKAN BAUNG *(Hemibagrus nemurus)* DI KECAMATAN PANGKALAN KERINCI KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU

SKRIPSI

NAMA : FITRI FEBRIANTI

NPM : 184210344

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN
DALAM UJIAN KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA
29 DESEMBER 2022 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN
YANG DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT
PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing

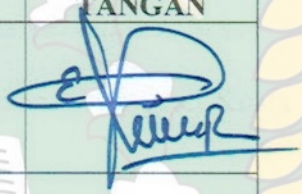
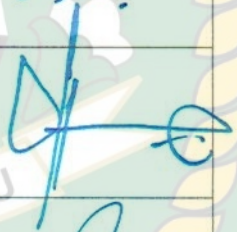
Dr. Elinur, SP, M.Si
NIDN. 1013097002

Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau	Ketua Program Studi Agribisnis
Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP	Sisca Vaulina, SP, MP
NIDN. 0013086004	NIDN. 1021018302

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN
DALAM UJIAN KOMPREHENSIF DI DEPAN PANITIA SIDANG
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 29 DESEMBER 2022

No.	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Dr. Elinur, SP, M.Si	Ketua	
2	Dr. Ir. Saipul Bahri, M.Ec	Anggota	
3	Sisca Vaulina, SP., MP	Anggota	
4	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Notulen	

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

ANALISIS PEMASARAN IKAN BAUNG *(Hemibagrus nemurus)*
DI KECAMATAN PANGKALAN KERINCI
KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU

SKRIPSI

NAMA	**: FITRI FEBRIANTI**
NPM	**: 184210344**
PROGRAM STUDI	**: AGRIBISNIS**

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA 29 DESEMBER 2022 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing

Dr. Elinur, SP, M.Si
NIDN. 1013097002

Dekan Fakultas Pertanian **Universitas Islam Riau**	**Ketua Program Studi Agribisnis**
Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP	**Sisca Yaulina, SP, MP**
NIDN. 0013086004	**NIDN. 1021018302**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN
DALAM UJIAN KOMPREHENSIF DI DEPAN PANITIA SIDANG
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 29 DESEMBER 2022

No.	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Dr. Elinur, SP, M.Si	Ketua	
2	Dr. Ir. Saipul Bahri, M.Ec	Anggota	
3	Sisca Vaulina, SP., MP	Anggota	
4	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Notulen	

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Dipindai dengan CamScanner

KATA PERSEMBAHAN

"Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh"

Yang Utama Dari Segalanya Puji syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasullah Muhammad SAW. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku.

Detik yang berlalu, jam yang berganti, hari yang berrotasi, bulan dan tahun silih berganti hari ini 25 Maret 2023 jam 15.29, saya persembahkan sebuah karya tulis buat kedua orang tua dan keluarga sebagai bukti perjuangan saya untuk membanggakan mereka meskipun tidak seimbang dengan perjuangan yang diberikan mereka, namun saya yakin yang saya lakukan hari ini merupakan langkah awal untuk saya membuat senyuman bangga kepada keluarga saya terutama ayah dan ibu.

Lantunan Al-fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terimakasihku untukmu. Ayahandaku Zainudin dan Ibundaku Murni tercinta, yang telah banyak berjasa dalam perjalanan kehidupanku. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tidak terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ayah dan ibu yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tidak terhingga yang tidak mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia, karena kusadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih untuk ayah dan ibu yang selalu membuat termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Terimakasih Ayah... Terimakasih Ibu... Aku mencintai mu.

Terimakasih kepada Abangku tersayang Syupriantoni (Toni) dan Syupriadi (Erdi), Terimaksih Kepada Kakakku tersayang Tri Murniati (Yati) Begitu banyak nasehat yang selalu mereka sampaikan kepada adik perempuan mu ini, terimaksih selalu menjaga dan melindungi ku. hanya karya kecil ini yang dapat saya persembahkan.

Terimakasih kepada Adikku tersayang Erza Destiana (Ides) tiada yang paling mengharukan saat bercanda bersama mu, walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan, Tuntutlah ilmu setinggi mungkin, dan harumkan nama baik keluarga, maaf belum bisa menjadi panutan seutuhnya, tapi aku akan selalu menjadi yang terbaik untuk mu.

Terimakasih kepada kakak ipar ku tersayang Dewi Lisna Wati (Lis) dan abang ipar ku Purwanto telah menyemagati dan membuat hari lebih berwarna.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

Tiada yang paling membahagiakan saat berkumpul dengan kalian. Terimakasih atas doa, bantuan dan waktu selama ini, hanya karya kecil ini yang dapat saya persembahkan.

Terimakasih untuk Kaponaan ku tersayang Nadin Azazahra, Renata Revalista, Naureen Azazahra Dan Raina Salsabilla. Janganlah malas belajar, janganlah ada rasa terpaksa dalam belajar agar semua yang kamu lakukan tidaklah sia-sia, bergembiralah dengan belajar hal-hal yang baru, bahagiakan kedua org tua.

Terimakasih untuk Sepupu ku tersayang Gita Dwi Asrianti, tempat berkeluh kesah dan tempat yang selalau memeberikan kehangatan,

Terimakasih untuk Lovely Ori Isnajaya, aku persembahkan karya kecil ini buatmu. Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan kesabaranmu yang telah menunggu serta memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, semoga engkau pilihan yang terbaik buatku dan masa depanku. Masa lalu ku adalah milik ku, masa lalu mu adalah milik kamu, tapi masa depan adalah milik kita -Baharuddin Jusuf Habibi- Jadilah sesorang yang hebat, pintar, jujur, pekerja keras,setia dan bertanggung jawab. Amin...

Atas kesabaran, waktu dan ilmu yang telah diberikan untuk itu penulis persembahkan ungkapan terimakasih Kepada Ibu Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP selaku Dekan, Ibu Sisca Vaulina SP, MP selaku Ketua Program studi Agribisnis dan Ibu Ilma Satriana Dewi, SP, M.Si selaku Sekretaris Sekertaris Program Studi Agribisnis.

Terkhusus kepada Ibu Dr. Elinur, SP, M.Si selaku Pembimbing terima kasih atas bimbingan, masukan dan nasehat dalam penyelesaian tugas akhir penulis selama ini dan terimakasih atas waktu dan ilmu yang telah diberikan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Sebagai mahasiswa yang penuh keterbatasan tertentu berulang kali menahan kemarahan dalam menuntunku, di antara tuntutan sebagai dosen, engkau juga selalu rela membagi waktu agar seluruh mahasiswa dapat lulus pada tepat waktunya. Seluruh bekal ilmu yang pernah ibu bagiakan semoga dapat menjadi modal untuk menjawab tantangan dimasa mendatang. Untuk semua kritikan, nasehat,waktu luang yang ibu berikan, saya mengukapkan terimakasih, semoga kebaikan dan kesehatan selalu menyertaimu.

Terimakasih kepada sahabat-sahabat ku tersayang telah menyumbangkan waktu, fikiran dan motivasi, terimakasih telah selalu memberikan semangat dan bantuan selama ini, berjuang bersama dari awal perkuliahan sampai dengan selesai. Namun ini bukan akhir dari pertemanan, semoga allah selalu memberikan kita kesehatan dan kebahagiaan yang selalu ada dalam doa. Terimakasih kepada Patma Lena SP, Fika Andriani SP dan Fanni Gayatri SP. Sahabat adalah saudara kandung yang diberikan Tuhan kepada kita. Meneduhkan di kala gelisah, dekat di kala susah, mengobati di kala sakit, dan mesra di kala bahagia.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan kelas D Agribisnis angkatan 2018, terimakasih banyak untuk banyak hal yang kalian berikan kepadaku, terimakasih telah menjadi teman dan keluarga. Sukses selalu untuk kalian.

"Wassalamualaikum warahmatullahi wabarokatuh".

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

BIOGRAFI PENULIS

FITRI FEBRIANTI, lahir di Desa Rawa Sekip Kecamatan Kuala Cenaku Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau pada 02 Februari 1999. Anak ke empat dari lima bersaudara dari pasangan bapak Zainudin dan Ibu Murni. Penulis memulai masa pendidikan Sekolah Dasar Negeri SDN 008 Rawa Sekip Kecamatan Kuala Cenaku dan selesai pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama Negeri SMPN 02 Kuala Cenaku, dan selesai pada tahun 2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikannya ke Sekolah Menengah Atas Negeri SMAN 02 Rengat, dan selesai pada tahun 2018. Kemudian ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikannya ke Perguruan Tinggi Swasta di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau pada program studi Agribisnis Strata Satu (S1) Dengan izin Allah pada tanggal 29 Desember 2022 penulis dinyatakan lulus ujian komprehensif dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Pertanian (SP) dengan judul Skripsi "**Analisis Pemasaran Ikan Baung *(Hemibagrus nemurus)* di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabuaten Pelalawan Provinsi Riau**".

UNIVERSITAS

FITRI FEBRIANTI, SP

ISLAM RIAU

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

ABSTRAK

Fitri Febrianti (184210344) Pemasaran Ikan Baung *(Hemibagrus Nemurus)* di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Dibawah Bimbingan Ibu Dr. Elinur, SP.,M.Si.

Kecamatan Pangkalan Kerinci merupakan Kecamatan yang berada di Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau dengan mayoritas penduduknya bermata pencarian sebagai nelayan. Petani umumnya menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul dengan harga jual yang telah ditetapkan oleh pedagang pengumpul. Lemahnya informasi pasar menyebabkan petani tidak memiliki daya tawar *(bargaining power)*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) karakteristik petani dan pedagang; (2) lembaga, saluran dan fungsi-fungsi pemasaran; (3) biaya, margin, keuntungan, efesiensi dan *farmer's share.* Penelitian ini mengunakan metode survey di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dimulai dari bulan maret sampai agustus 2022 berlokasi di Kecamatan Pangkalan Kerinci. Pengambilan sampel petani dilakukan secara acak sederhana dengan jumlah sebanyak 50 petani, responden pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dipilih secara sensus dengan jumlah masing-masing 12 dan 5 orang. Data yang digunakan berupa data primer dan skunder dan di analisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) karakteristik petani ikan baung rata-rata berumur 46,34 tahun (produktif), lama pendidikan 9,26 tahun (setara dengan SMP), pengalaman berusaha 9,56 tahun (cukup lama) dan jumlah tanggungan keluarga 4,12 orang. Lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen yang membentuk 1 saluran pemsaran, yaitu dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Biaya pemasaran ikan baung yaitu Rp. 1.655/Kg. Margin pemasaran yaitu sebesar Rp. 26.00/Kg. Efesiensi pemasaran yaitu Rp. 2,07%. *Farmer's Share* pada pemasaran ikan baung yaitu Rp. 6,75%.

Kata Kunci : *Ikan Baung, Keramba Jaring Apung, Pemasaran, Efisiensi.*

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

ABSTRACT

Fitri Febrianti (184210344) Marketing of Baung Fish *(Hemibagrus Nemurus)* in Pangkalan Kerinci District, Pelalawan Regency, Riau Province. Under the Guidance of Mrs. Dr. Elinur, SP., M.Si.

Pangkalan Kerinci Sub-district is a sub-district in Pelalawan Regency with the majority of the population working as fishermen. Farmers generally sell their produce to collectors at a selling price set by the collectors. Weak market information causes farmers to have no bargaining power. This study aims to analyze: (1) marketing institutions, channels and functions; (2) costs, margins, profits, efficiency and *farmer's share*. This study used a survey method in Pangkalan Kerinci District, Pelalawan Regency. This research was conducted for 6 months starting from March to August 2022 located in Pangkalan Kerinci District. Farmers were sampled using, with a total of 50 farmers. Collector traders and retailers were selected by census with a total of 12 and 5 people respectively. The data used are primary and secondary data and analyzed descriptively qualitatively and quantitatively. The results showed that (1) the characteristics of the average baung fish farmer were 46.34 years old (productive), 9.26 years of education (equivalent to junior high school), 9.56 years of business experience (long enough) and the number of family dependents was 4 ,12 people. The marketing agencies involved are collectors, retailers and consumers who form 1 marketing channel, namely farmers, collectors, retailers and consumers. The cost of marketing baung fish is Rp. 1.655/Kg. The marketing margin is Rp. 26.00/Kg. Marketing efficiency is Rp. 2.07%. *FAarmer's Share* in marketing baung fish is Rp. 6.75%.

***Keywords**: Baung Fish, Floating Net Cages, Marketing, Efficiency.*

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Pemasaran Ikan Baung (*Hemibagrus nemurus*) di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau" . Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat agar memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau UIR. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Siti Zarah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau dan Ibu Sisca Vaulina, MP selaku Ketua Program Studi Agribsnis.
2. Ibu Dr. Elinur SP., M.Si selaku dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, membimbing, dan memberikan motivasi dalam selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Seluruh dosen Pertanian khususnya dosen program studi Agribisnis Universitas Islam Riau, yang telah memberikan banyak ilmu dan mendidik penulis dengan penuh kesabaran.

Penulis telah berupaya berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai hasil yang baik, namun apabila terdapat kekurangan semua itu disebabkan kemampuan yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang mendukung sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru, 25 Maret 2023

Fitri Febrianti, SP

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **iv**

DAFTAR TABEL ..... **vii**

DAFTAR GAMBAR ..... **ix**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **x**

1. PENDAHULUAN **1**

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 7

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian 8

1.4. Ruang Lingkup Penelitian 9

11. TINJAUAN PUSTAKA **10**

2.1. Ikan Baung (*Hamibagrus nemurus*) 10

2.2. Keramba Jaring Apung (KJA) 13

2.2.1. Lokasi Keramba Jaring Apung 13

2.2.2. Persiapan Keramba Jaring Apung 14

2.3.Karakteristik Pengusaha 16

2.3.1. Umur 16

2.3.2. Lama Pendidikan 17

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

2.3.3. Pengalaman Berusaha 18
2.3.4. Tanggungan Keluarga 19
2.4. Pengertian Pemasaran 19
2.4.1. Saluran Pemasaran 22
2.4.2. Lembaga Pemasaran 24
2.4.3. Fungsi Pemasaran 26
2.4.4. Biaya Pemasaran 27
2.4.5. Margin Pemasaran 28
2.4.6. Keuntungan 29
2.4.7. Efisiensi Pemasaran 30
2.4.8. *Farmer's Share* 32
2.5. Penelitian Terdahulu 33
2.6. Kerangka Pemikiran 41
III. METODOLOGI PENELITIAN 43
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian 43
3.2. Teknik Pengambilan Sampel 43
3.3. Teknik Pengumpulan Data 44
3.4. Konsep Operasional 45
3.5. Analisis data 47
3.5.1. Analisis Karakteristik Petani dan Pedagang 47
3.5.2. Analisis Lembaga, saluran dan fungsi-fungsi Pemasaran 47
3.5.3. Analisis Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran 49

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN 52

4.1. Letak Batas Wilayah 52

4.2. Pemerintahan 53

4.3. Kependudukan 53

4.4. Pendidikan 54

4.5. Mata Pencharian 55

4.6. Sarana dan Prasarana 56

4.7. Kondisi/Potensi Perikanan 58

V. HASIL DAN PEMBAHASAN 59

5.1. Karakteristik Petani Ikan dan Pedagang Ikan Baung 59

5.1.1. Umur 59

5.1.2. Tingkat Pendidikan 61

5.1.3. Pengalaman Berusaha 63

5.1.4. Tanggungan Keluarga 65

5.2. Lembaga, Saluran dan Fungsi Pemasaran Ikan Baung 67

5.2.1. Lembaga Pemasaran 67

5.2.2. Saluran Pemasaran 69

5.2.3. Fungsi Pemasaran 70

5.3. Biaya Pemasaran, Margin, Keuntungan, Efisiensi *dan Farmer's Share* Ikan Baung 77

5.3.1. Biaya Pemasaran 77

5.3.2. Margin Pemasaran 79

5.3.3. Keuntungan Pemasaran 79

5.3.4. Efisiensi Pemasaran 80

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

5.3.5. *Farmer's Share* 81

VI. KESIMPULAN DAN SARAN 82

6.1. Kesimpulan 82

6.2. Saran 83

DAFTAR PUSTAKA 84

LAMPIRAN 89

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.	Produksi Perikanan Budidaya Kabupaten Pelalawan Tahun 2017-2021 (Ton)	3
2.	Produksi perikanan dalam keramba jaring apung (KJA) di Kabupaten Pelalawan tahun 2017-2021 (Ton)	4
3.	Harga ikan air tawar dalam Keramba Jaring Apung (KJA) Tahun 2020 per Kg	5
4.	Kandungan Gizi Ikan Baung Segar Per 100 gram	12
5.	Kerangka Sampael Penelitian	44
6.	Luas Wilayah, Kepadatan Jiwa, Jumlah Penduduk Berdasarkan Desa/Kelurahan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Tahun 2020	55
7.	Jumlah Murid Sekolah Umum Menurut Tingkat Pendidikan Di Kecamatan Pangkalan Kerinci Tahun 2020	55
8.	Mata Pencharian di Kecamatan Pangkalann Kerinci Tahun 2021	56
9.	Jumlah Sarana dan Prasarana di Kecamatan Pangkalan Kerinci Tahun 2021	57
10.	Sungai dan Potensi Perikanan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Tahun 2020	58
11.	Distribusi Umur Anggota Rantai Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	60
12.	Lama Pendidikan Anggota Rantai Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	62
13.	Pengalaman Berusaha Petani dan Pedagang Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	64
14.	Tanggungan Keluarga dan Pedagang Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	66

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

15. Fungsi-fungsi Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022 71

16. Analisis Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi Pemasaran dan *Farmer's Share* Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022 78

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Ikan Baung (*Hemibagrus Nemurus*) 10
2. Keramba Jaring Apung (KJA) 13
3. Kerangka Pemikiran Pemasaran Ikan Baung 42
4. Saluran Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan 2022..... 69

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1.	Karakteristik Petani Ikan Baung Menurut Umur, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Berusahatani Ikan Baung, Jumlah Tanggungan Keluarga di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	89
2.	Identitas Pedagang Pengumpul Menurut Umur, Jenis Kelamin, Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Pengalaman Berusaha di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	90
3.	Identitas Pedagang Pengecer Menurut Umur, Jenis Kelamin, Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Pengalaman Berusaha di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	91
4.	Distribusi Biaya Pemasaran Ikan baung/Kg Oleh Pedagang Pengumpul Di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	92
5.	Distribusi Biaya Pemasaran Ikan baung/Kg Oleh Pedagang Pengecer di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	93
6.	Distribusi Harga Jual/Kg Serta Pendapatan Yang Diterima Oleh Pedagang Pengumpul Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022	94
7.	Distribusi Harga Jual/Kg Serta Pendapatan Yang Diterima Oleh Pedagang Pengecer Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan,2022	95
8.	Jumlah Penjualan, Harga dan Nilai Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan,2022	96

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

I. PENDAHULUAN

I.I. Latar Belakang

Subsektor perikanan dalam pembangunan Nasional memiliki peran menyediakan sumber pangan dan gizi bagi rakyat Indonesia terutama dalam memenuhi protein hewani, menunjang pembangunan daerah, meningkatkan devisa melalui peningkatan ekspor hasil perikanan, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani serta menciptakan kesempatan kerja. Subsektor perikanan dan memiliki potensi besar yang terus dapat dikembangkan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari sumberdaya hayati yang melimpah pada subsektor ini serta memiliki nilai ekonomi tinggi.

Perikanan merupakan salah satu cabang dari pertanian dalam arti luas. Tujuan pembangunan sub sektor perikanan diantaranya: (1) meningkatkan produksi untuk memenuhi kebutuhan pangan termasuk perbaikan gizi, (2) meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan petani ikan, (3) memperbaiki status sosial nelayan/petani ikan, (4) menyerap tenaga kerja. Tujuan tersebut dicapai dengan melakukan kegiatan intensifikasi, ekstensifikasi dan diversifikasi perikanan.

Usaha perikanan air tawar terbagi atas dua jenis yaitu usaha perikanan konsumsi dan usaha perikanan hias. Kedua bidang usaha tersebut dapat dikembangkan baik melalui usaha pembenihan dan pembesaran atau bahkan kedua-duanya tergantung minat masyarakat yang akan membudidayakannya serta

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

melihat dari sisi ketersediaan lahan yang ada, serta kepemilikan modal yang akan digunakan untuk usaha tersebut.

Ikan merupakan sumber protein hewani utama dalam makanan rakyat Indonesia. Tingkat konsumen ikan beragam menurut tingkat penghasil daerah. Pada waktu yang akan datang, sesuai dengan pertambahan jumlah penduduk dan kesadaran akan kecukupan gizi di perikanan tingkat konsumen ikan terus meningkat.

Kabupaten Pelalawan memiliki potensi perikanan yang besar, dapat dilihat dari letak geografis dan sumberdaya perikanan yang melimpah dengan potensi tersebut dimanfaatkan masyarakat sebagai sumber mata pencarian. Di Samping perikanan, Kabupaten Pelalawan juga memiliki potensi luar biasa sebagai daerah yang memiliki peluang untuk mengembangkan usaha budidaya ikan, baik budidaya keramba, kolam maupun tambak. Kabupaten Pelalawan merupakan daerah yang kaya akan penghasilan komoditi ikan yang berasal dari aliran sungai Kampar.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa total produksi ikan budidaya dari tahun 2017-2021 cenderung menurun dilihat dari pertumbuhan rata-rata yaitu sebesar -1,80 %, Penurunan yang drastis disebabkan oleh penurunan perekonomian nasional sehingga petani kurang melakukan budidaya ikan karena terbatasnya modal yang dimiliki. Produksi ikan tertinggi di Kabupaten Pelalawan yaitu pada tahun 2019 dengan total produksi sebesar 9.120,01 ton, dan produksi terendah pada yaitu pada tahun 2020 dengan produksi ikan sebesar 7.398,460 ton.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Tabel 1. Produksi Perikanan Budidaya Kabupaten Pelalawan Tahun 2017-2021 (Ton)

No	Kecamatan	Tahun					Rata-rata(%)
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Langgam	1.265,65	1.463,87	1.483,95	778,640	729,276	(10,49)
2	Pangkalan Kerinci	1.768,22	1.597,81	1.649,90	837,313	1.469,878	(6,04)
3	Bandar Sei Kijang	6,75	229,37	234,37	203,870	198,451	(1,83)
4	Pangkalan Kuras	4.441,17	2.245,13	2.290,13	1.675,917	1.815,490	(2,98)
5	Ukui	2,50	1.344,86	1.419,87	1.720,700	1.644,340	7,26
6	Pangkalan Lesung	813,63	395,20	410,70	348,925	157,620	(12,48)
7	Bunut	280,00	334,69	339,69	651,699	153,450	(3,93)
8	Pelalawan	2,00	725,60	736,84	358,922	577,550	(2,33)
9	Bandar Petalangan	0,00	221,48	241,47	531,103	537,055	26,02
10	Kuala Kampar	0,00	0,00	0,00	2,000	120,000	1,160
11	Kerumutan	39,70	173,00	178,00	269,371	262,920	10,37
12	Teluk Meranti	280	135,00	135,09	20,000	41,070	4,04
	Kabupaten Pelalawan	8.619,9	8.866,01	9.120,01	7.398,460	7.707,100	(1,80)

Sumber : Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Pelalawan, Tahun 2022

Kecamatan Pangkalan Kerinci merupakan salah satu penghasil ikan baung terbesar di Kabupaten Pelalawan, karena merupakan salah satu ikan unggulan. Hal ini didukung dengan adanya potensi sungai yang dapat dijadikan sebagai lahan budidaya perikanan yaitu menggunakan sistem Keramba Jaring Apung (KJA). Berikut terdapat tabel produksi perikanan dalam keramba jaring apung (KJA) :

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Tabel 2. Produksi Perikanan dalam Keramba Jaring Apung (KJA) di Kabupaten Pelalawan tahun 2017-2021 (Ton).

No	Kecamatan	Tahun					Rata-rata (%)
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Langgam	491,000	491,000	496,000	92,450	169,88	0,68
2	Pangkalan Kerinci	470,000	470,000	480,000	49,590	385,42	117,93
3	Pangkalan Kuras	213,000	213,000	203,000	5,600	0,00	(40,93)
4	Pelalawan	350,370	350,370	350,710	15,150	33,700	5,37
Jumlah		1.524,37	1.524,37	1.529,71	162,79	589,00	34,56

Sumber : Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Pelalawan, Tahun 2022

Tabel 2 menjelaskan bahwa produksi perikanan dengan menggunakan sistem Keramba Jaring Apung (KJA) hanya berada pada 4 kecamatan yaitu Kecamatan Langgam, Pangkalan Kerinci, Pangkalan Kuras dan Pelalawan. Produksi tertinggi terjadi pada tahun 2019 dan produksi terendah terjadi pada tahun 2020. Total rata- rata produksi ikan baung dalam keramba jaring apung di Kecamatan Pangkalan Kerinci selama 5 tahun yaitu 34,56%.

Ikan baung (*Hemibagrus nemurus)* merupakan salah satu spesies catfish lokal yang sangat populer dan harganya relatif mahal, 2-3 kali harga ikan patin atau lele. Ikan ini memiliki persentase daging yang tinggi, daging berwarna putih, gurih dan sedikit duri sehingga sangat disukai konsumen baik dikonsumsi segar maupun diolah menjadi ikan asap. Secara alami, ikan ini ditangkap di sungai, danau dan waduk yang terdapat di Sumatera, khususnya di daerah Riau, namun ketersediaan ikan ini di alam sudah sangat berkurang karena *overfishing* dan kerusakan lingkungan sehingga pasokan ikan ini ke depan sangat tergantung pada hasil budidaya. Berikut harga ikan air tawar per Kg.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Tabel 3. Harga ikan air tawar dalam Keramba Jaring Apung (KJA) di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Tahun 2020 per\Kg

No	Jenis Ikan	Jumlah (kg)	Harga Ikan (Rp)	Nilai Produksi (Rp/kg)
1	Gurami	3,840	40.000	153.600
2	Patin	47,950	17.000	815.150
3	Gabus	6,650	30.000	199.500
4	Baung	55,150	35.000	1.930.250
5	Tapah	49,200	40.000	1.968.000
Jumlah		162,79	162.000	6.448.650

Sumber : Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Pelalawan, Tahun 2022

Tabel 3 menjelaskan bahwa jenis ikan yang paling banyak dibudidayakan adalah ikan baung dengan jumlah produksi sebesar 55,150 per Kg, harga ikan ini juga tergolong tinggi yaitu Rp. 35.000 per kg. Sementara itu untuk produksi terendah yaitu ikan gurame dengan jumlah produksi 3,840 per kg, namun ikan ini memiliki harga jual yang tinggi yaitu Rp. 40.000 per kg.

Ikan baung merupakan salah satu ikan air tawar memiliki peluang ekonomi untuk dibudidayakan. Budidaya ikan baung perlu diperluas lagi, karena pemenuhan atas permintaan ikan baung masih sangat kurang. Rasa daging ikan baung yang gurih dan enak mempunyai rasa yang lebih dibandingkan dengan rasa ikan lainnya.

Ikan baung banyak diminati karena tekstur dagingnya yang enak, berwarna putih, berdaging tebal dan tanpa duri halus, sehingga sangat diminati masyarakat. Berbagai masakan ikan baung yang terkenal enak, di antaranya adalah pindang baung dari Sumatra Selatan dan baung asam padeh dari Riau, serta ikan baung panggang dari Kalimantan. Selain itu, ikan baung juga biasa dijadikan ikan asap. Ikan baung banyak diminati karena memiliki kandungan gizi yang lebih tinggi dibandingkan ikan lele atau ikan patin.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Kabupaten pelalawan merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki potensi dan prospek untuk dikembangkan pada usaha perikanan. Hal ini didukung dengan sebagian besar wilayahnya dialiri oleh sungai Kampar dan beberapa anak sungai salah satunya Kecamatan Pangkalan Kerinci. Daerah ini memiliki aliran sungai yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk budidaya ikan. Tidak hanya budidaya, permintaan ikan di Kabupaten ini terbilang cukup tinggi karena masyarakat terbiasa untuk mengkonsumsi ikan sungai.

Tingginya produksi ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci belum tentu berkorelasi positif dengan pendapatan atau keuntungan yang diperoleh petani bila produksi yang tinggi tidak diimbangi dengan harga jual yang menguntungkan. Tingginya biaya pemasaran akibat sistem rantai pemasaran yang belum berjalan dengan baik dapat menyebabkan biaya pemasaran menjadi lebih tinggi. Hal ini berdampak kepada tingkat harga yang diterima petani menjadi lebih rendah dan harga yang harus dibayar konsumen menjadi tinggi. Hal ini mengindikasikan sistem rantai pemasaran yang tidak efisien.

Umumnya petani ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci tinggal ditepi aliran sungai. Petani memanfaatkan sungai sebagai tempat untuk melakukan budidaya ikan sistem Keramba Jaring Apung (KJA). Hingga saat ini tidak adanya transportasi darat sehingga menghambat proses sistem rantai pemasaran. Petani tidak dapat menjual hasil produksi nya langsung kepada konsumen, dikarenakan jika petani menjual langsung mengeluarkan biaya yang lebih besar. Denga demikian, petani memilih menjual ikan kepada pedagang pengumpul.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Pengusaha ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci menjual ikan baung langsung kepada pedagang pengumpul yang datang langsung ke petani ikan dengan harga ditentukan langsung oleh pedagang pengumpul, yaitu harga berkisar antara Rp.50.000-55.000/Kg. Namun, petani berhak untuk memilih menjual hasil produksi ikan baung ke pedagang pengumpul yang menawarkan harga yang lebih tinggi dari pedagang pengumpul sebelumnya. Petani menjual dengan harga yang murah kepada pedagang pengumpul, karena jika petani ikan menjual langsung kepada konsumen yang berada di pasar Kota Kecamatan Pangkalan Kerinci ini mengakibatkan petani harus mengeluarkan biaya tambahan.

Saluran pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan terdapat 1 saluran pemasaran yaitu petani ikan menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul yang datang langsung ke lokasi pembudidaya ikan baung. Kemudian pedagang pengumpul menjual produksi ikan yang didapatnya ke pedagang pengecer yang berada di pasar baru Kecamatan Pangkalan Kerinci. Setelah itu pedagang pengecer memasarkan ikan baungnya ke konsumen yang terdapat di Pasar Baru Kota Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

Besarnya peluang untuk memasarkan ikan baung tidak didukung oleh transportasi yang dimiliki petani ikan baung. Petani tidak dapat memasarkan langsung kepada konsumen sehingga pendapatan petani menjadi sedikit, dikarenakan petani ikan baung tidak dapat menentukan harga yang diinginkan. Oleh karena itu saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan".

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

1.2. Rumusan Masalah

Dalam menjalankan usaha dibidang perikanan, pemasaran berperan penting karena akan mempengaruhi tinggi dan rendahnya pendapatan petani. Produksi yang banyak dengan harga yang rendah tidak akan menguntungkan. Oleh karena itu tingginya produksi tidak selalu memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai pemasaran yang efisien. Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan yang dibayarkan konsumen ke semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah karakteristik petani dan pedagang ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau ?
2. Bagaimanakah lembaga, saluran dan fungsi-fungsi pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau?
3. Bagaimanakah biaya pemasaran, margin, keuntungan, efisiensi dan *farmer's share* pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Karakteristik petani dan pedagang ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau?

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

2. Lembaga, saluran dan fungsi-fungsi pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau?
3. Biaya, margin, keuntungan, efisiensi dan *farmer's share* pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau?

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta informasi yang berguna berbagai pihak antara lain :

1. Bagi pemerintah setempat dapat digunakan sebagai bahan atau informasi dan untuk menyampaikan pesan dan penyuluhan kepada petani ikan baung.
2. Bagi kalangan akademis, penelitian ini dapat diharapkan menjadi bahan dan literatur penelitian yang akan datang.
3. Bagi penulis, penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam hal mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan di Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis
4. Bagi masyarakat umum, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai pemasaran khususnya komoditi ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan
5. Bagi pengembangan teori, bahwa hasil penelitian ini dapat diharapkan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan atau pengembangan teori.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Batasan dari penelitian yang berjudul "Analisis Pemasaran Ikan Baung (*Hemibagrus nemurus*)) di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau" ini dikhususkan analisis rantai pemasaran Ikan Baung segar dari petani ikan baung sampai ke konsumen. Analisis yang digunakan dalam

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Penelitian hanya dilakukan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Adapun analisis pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu saluran pemasaran, lembaga pemasaran, biaya, margin, keuntungan, efisiensi pemasaran dan *farmer's share*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Ikan Baung (*Hemibagrus nemurus*)

Ikan baung diklasifikasikan kedalam genus *Mystus* dengan spesies *Mystus nemurus*, sedangkan pengklasifikasi ikan baung menurut Khairuman dan amri (2008) ikan bang termasuk kedalam Filum *Bagridae*, Genus *Hemibagrus*, Spesies *Hemibagrus nemurus* (Sinonim: *Mystus nemurus*, *Macarons nemurus*). Nama asli Tropical catfish, river catfish, nama umum baung dan nama loka baung (Sumatera), ikan sago (Jawa Tengah), ikan tagih atau tageh (Jawa Timur).

Taksonomi dan klasifikasi ikan baung menurut Erlangga (2007) termasuk kedalam domain *Eukaryota*, Kingdom *Animalia*, Subkingdom *Bilateria*, Branch *Deuterostomia*, Infrakingdom *Chordomia*, Phylum *Chordata*, Subphylum *Vertebrata*, infraclass *Actinopteria*, Superdivision *Neopterygii*, division *Halecostomip*, subdivision *Teleostei*, infra division *Elliptocephala*, cohort *Clipeocephala*, subcohort *Otocephala*, Order *Siluriformes*, Family *Bagridae*, Genus *Hamibagrus*, spesies *Hemibagrus nemurus*. Gambar ikan baung dapat dilihat pada Gambar 1.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Gambar 1. Ikan Baung (*Hemibagrus nemurus*)

Menurut Khairuman dan Amri (2008) tubuh ikan baung terbagi atas 3 bagian, yaitu, kepala, badan dan ekor. Mulut, sepasang mulut, hidung dan tutup insang (*operculum*) terdapat di kepala. Ikan baung memiliki bentuk tubuh panjang, licin dan tidak bersisik, kepalanya kasar dan depress. Di kepala, terda mata di bagian depan dan *operculum* dibagian belakang. Terdapat garis *La lateralis* memanjang mulai dari belakang tutup insang sampai pangkal ekor. Ikan baung memiliki lima buah sirip, yaitu sirip punggung, sirip dada, sirip perut, sirip dubur dan sirip ekor. Selain itu, (Weber and De Beaufort 2.000) menyatakan bahwa ciri-ciri ikan baung adalah bentuk badan panjang dan tidak bersisik, memiliki sirip lemak yang panjangnya sama dengan sirip dubur. Panjang totol lima kali tingginya atau 3-3,5 panjang kepala, ikan baung memiliki tujuh buah jari-jari, diantaranya keras dan satu runcing dibagian paril. Sirip dada memiliki 8-9 buah jari-jari satu diantaranya keras. Sirip perut 6 buah jari-jari, Sirip dubur 12-13 buah jari-jari, Kepala besar dengan warna abu-abu kehitaman, punggung lebih gelap serta perut lebih cerah. Panjang tubuhnya biasanya mencapai 50 cm.

Ikan baung merupakan ikan asli yang mendiami perairan Indonesia. Ikan ini banyak mendiami air tawar. Daerah yang paling disukai adalah perairan

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

tenang, buka air deras, karena itu ikan baung banyak ditemui di rawa-rawa, danau, waduk dan perairan yang tenang lainnya (Rukmini, 2012).

Ikan baung tergolong ikan *benthopelagic*,hidup diperairan tawar dan payau dengan kisaran Ph 7-8,2 dan suhu 22-25℃. Secara umum ikan baung terdistribusi di beberapa daerah atau Negara yaitu, Asia: Mekong, Chao Pharaya dan Xe Bangfai basins, juga dari Malay Peninsula Sumatera, Java, Borneo (Fish Base *dalam* Erlangga, 2007).

Kuncoro (2010) menyatakan bahwa ikan baung merupakan ikan *benthopelagic* berada hampir di semua air. Melihat adanya sungut, daerah dasar tetap menjadi prioritasnya. Menurut beberapa penelitian yang telah dilakukan, ikan baung memiliki kandungan Gizi yang tercantum pada abel 4.

Tabel 4. Kandungan Gizi Ikan Baung Segar per 100 gram

No	Zat Gizi	Satuan	Jumlah
1	Protein	Gram	
2	Energi	Kalori	123
3	Lemak	Gram	5,5
4	Karbohidrat (CHO)	Gram	3,3
5	Kalsium (Ca)	Mg	5
6	Natrium (Na)	Mg	32
7	Kadar Air	Gram	24,9
8	Kalium (K)	Mg	349
9	Fosfor (P)	Mg	146
10	Niacin	Mg	1,2
11	Zat Besi (Fe)	Mg	1,3
12	Riboflavin (Vit. B2)	Mg	0,15

Sumber : Persatuan Ahli Gizi Indonesia (2017)

Pada Tabel 4 menjelaskan bahwa kandungan gizi pada ikan baung memiliki komposisi gizi yang besar, kandungan gizi pada ikan baung setiap 100 gram ikan baung mengandung kalium 34,9 mg, energi 123 kkla, fosfor 146 mg, dan protein 15,1 gr. Natrium, kadar air, kalsium, niacin, zat besi, karbohidrat

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

termasuk cukup tinggi. Nilai gizi yang ada pada ikan baung ini sangat direkomendasikan untuk dikonsumsi manusia. Menurut Al-Qur'an surah an-nahl ayat 14

وَهُوَ الَّذِيْ سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوْا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَّتَسْتَخْرِجُوْا مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُوْنَهَاۚ وَتَرَى الْفُلْكَ مَوَاخِرَ فِيْهِ وَلِتَبْتَغُوْا مِنْ فَضْلِهٖ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُوْنَ

Artinya : *Dan Dialah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daging yang segar (ikan) darinya, dan (dari lautan itu) kamu mengeluarkan perhiasan yang kamu pakai. Kamu (juga) melihat perahu berlayar padanya, dan agar kamu mencari sebagian karunia-Nya, dan agar kamu bersyukur.*

Berdasarkan Al-Qur'an tersebut, Bahwa ikan segar merupakan sumber protein yang baik untuk dikonsumsi bagi manusia karena memiliki sumber protein yang tinggi bagi kesehatan manusia.

2.2. Keramba Jaring Apung (KJA)

Keramba Jaring Apung (KJA) merupakan salah satu wadah budidaya perairan yang cukup ideal, yang ditempatkan di badan air dalam, seperti waduk, danau, dan laut. Keramba jaring apung merupakan salah satu wadah untuk penerapan budidaya perairan sistem intensif.u Prinsipnya semua jenis ikan laut dan ikan air tawar dapat dipelihara pada keramba jaring apung (Abdul kadir 2010). Berikut ini adalah gambar keramba jaring apung.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Gambar 2. Keramba Jaring Apung (KJA)

2.2.1. Lokasi Keramba Jaring Apung

Menurut Kordi (2013) lokasi untuk membangun keramba jaring apung (KJA) bagi pemelihara ikan air tawar, termasuk ikan baung, beberapa faktor perlu dipertimbangkan sebagai berikut

a. Keramba jaring apung (KJA) dibangun atau ditempatkan di danau atau waduk

yang airnya dalam. Untuk pemeliharaan ikan baung, perlu dengan suhu air.

Untuk pemeliharaan ikan baung, ketinggian yang cocok adalah 0-500 m dpl.

b. Pada kondisi perairan mengalir, disarankan agar Keramba Jaring Apung (KJA) ditempatkan minimal pada kedalam air 3 m. Sedangkan pada kondisi perairan yang tidak mengalir, disarankan agar Keramba Jaring Apung (KJA) ditempatkan pada kedalaman minimal 5 m. Untuk penempatan Keramba Jaring Apung bertingkat atau berlapis kedalaman yang ideal minimal 8 m.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

c. Penampakan Keramba Jaring Apung (KJA) pada badan air dalam yang sering terjadi pembalikan badan air atau umbaran *(upwelling)* dipilih pada bagian yang dasarnya berupa batu atau tanah keras.

d. Untuk menghindari tiupan angin dan gelombang, Keramba Jaring Apung ditempatkan pada bagian perairan yang berteluk atau dekat pantai/darat.

e. Untuk mendapatkan arus horizontal, Keramba Jaring Apung ditempatkan pada jalur arus pada daerah muara sungai yang mengalir ke dalam waduk atau danau.

2.2.2. Persiapan Keramba Jaring Apung (KJA)

Keramba Jaring Apung (KJA) ditempatkan di lokasi budidaya secara berjejer antara satu unit dengan unit lainnya dan saling menyambung, tujuannya untuk mempermudah pemilik atau penjaga Keramba Jaring Apung (KJA) dalam pemeliharaan serta pengawasan. Budidaya ikan dalam sistem Keramba Jaring Apung (KJA) dalam operasinya dilengkapi dengan fasilitas pendukung yang terdiri atas rumah jaga, tempat pakan dan kolam karantina.

Keramba jaring apung terdiri atas keramba (jaring) dan rangka (rakit dan besi) dengan ukuran yang seragam. Satu unit KJA terdiri atas 4 petak (kolam) dan dibangun dari beberapa bagian rangka yang dilengkapi dengan dua lapisan jaring. Satu petak KJA dibuat dengan ukuran panjang 7 m, lebar 7m, dan dalam 4 m. Pada setiap satu petak KJA dipasang jaring lapis pertama yang berukuran 7 m x 7 m x 4 m. Selanjutnya dalam satu unit KJA dipasang jaring lapis kedua (jaring bawah) ukuran 14 m x 14 m x 9 m (Ardi, 2013).

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menurut Kordi (2013), KJA yang dibangun harus memenuhi beberapa syarat sebagai berikut :

a. Rakit KJA dibuat dari bambu, kayu atau bahan HDPE *(High Density Polyethylene),* sejenis plastik.

b. Pelampung dibuat dari bambu bulat, balok, kayu, drum, ban bekas dan busa plastik *(Styrofoam)*. Rakit yang dibuat darui bahan HDPE tidak perlu pelampung.

c. Jangkar yang dibuat dari kantong yang diisi pasir, batu yang dibungkus besi, kayu, batok cetak atau logam. Bobot jangkar yang digunakan ditentukan oleh arus dan angin, bentuk dasar perairan serta tekstur tanah dasar perairan. Untuk sebuah KJA di perairan tenang, jangkar yang dibutuhkan cukup dua buah dan masing-masing berbobot 30 kg. apabila ukuran KJA lebih besar atau terdiri dari gabungan dari beberapa rakit maka dapat digunakan jangkar yang berbobot 50 kg atau lebih. Sedangkan pemberat dapat berupa batu dibungkus, batang besi bulat, besi beton, atau tiang pancang.

d. Bahan untuk pembuatan keramba harus bersifat tanah dalam air dan dapat menahan beban, terutama pada saat panen. Salah satu bahan yang memenuhi persyaratan tersebut antara lain jaring *polietilen* yang umum dipakai untuk *trawl*. Selain jaring polietilen, jaring kawat dibungkus plastik dapat digunakan sebagai bahan sebagai bahan pembuat keramba.

e. Jaring yang digunakan untuk memelihara ikan baung di Keramba Jaring Apung (KJA) harus memiliki ukuran mata jaring 2,5 cm dan jaring polietilen nomor 240 D/12. Hal ini didasari dari pengalaman petani, jika

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

ikan baung yang dipelihara berukuran 20-100 g/ekor, mata jaring yang digunakan berukuran 2 inci.

2.3. Karakteristik Pengusaha

Sumber daya yang terpenting dalam organisasi adalah sumber daya manusia, orang-orang yang memberikan tenaga, bakat, kreativitas, dan usaha mereka kepada organisasi agar organisasi dapat tetap eksistensinya. Setiap manusia memiliki karakteristik individu yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Informasi yang dikumpulkan biasanya meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga.

2.3.1. Umur

Umur merupakan suatu faktor yang mempengaruhi kemampuan dan kekuatan petani dalam pengelolaan usahatani, serta akan mempengaruhi cara berfikir, bertindak dan keterbukaan dalam menerima dan mengadopsi teknologi-teknologi baru. Petani akan lebih mudah menerima dan mengadopsi suatu teknologi baru bila masih berada dalam usia produktif. Menurut Simanjuntak (1985) bahwa angkatan kerja dikategorikan dalam angka kerja apabila berumur antara 15-54 tahun. Dengan kondisi umur seperti ini diharapkan tingkat produktivitas petani lebih tinggi sehingga pendapatan petani dapat ditingkatkan.

Umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik makan semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun, dalam hal tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiyah, 2008).

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Bagi petani yang lebih tua bias jadi mempunyai kemampuan berusahatani yang konservatif dan lebih muda leleh. Sedangkan petani muda mungkin lebih miskin dalam pengalaman dan keterampilan tetapi biasanya sifatnya lebih progresif terhadap inovasi baru dan relevan lebih kuat. Dalam hubungan dengan perilaku petani terhadap risiko, maka faktor sikap yang lebih progress terhadap inovasi baru inilah yang lebih cenderung menentukan nilai perilaku petani usia muda untuk lebih berani menanggung risiko (Soekartawi, 2002).

2.3.2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan menggambarkan tingkat pengetahuan, wawasan dan pandangan seseorang yang dalam bidang pertanian khususnya diartikan sebagai cara seseorang suatu inovasi pertanian dan membangun gagasan dalam perencanaan usahatani. Pendidikan dapat diperoleh petani dari dua sumber yaitu pendidikan formal dan non formal.

Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukan daya kreativitas manusia dalam berfikir dan bertindak. Pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia(Kartasapoetra, 1994).

Model pendidikan yang digambarkan dalam pendidikan petani bukanlah pendidikan formal kerap kali mengasingkan petani dari realitas. Pendidikan petani tidak hanya berorientasi kepada peningkatan produksi petani semata, tetapi juga menyangkut kehidupan sosial masyarakat petani. Masyarakat petani yang terbelakang lewat pendidikan petani diharapkan dapat lebih aktif, lebih optimis

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

pada masa depan, lebih efektif dan pada akhirnya membawa pada keadaan yang lebih produktif (Soepomo, 1997).

Pendidikan sangat mempengaruhi sikap dan keputusan yang akan diambil petani, terutama dalam menerima dan menerapkan teknologi baru yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap produksi dan pendapatannya. Pendidikan sangat menentukan tingkat kemampuan petani dalam mengambil keputusan dan sikap dalam melaksanakan usahataninya tersebut. Jelas bahwa tingkat pendidikan yang dimiliki petani atau suatu daerah akan dapat menentukan pula tingkat kemakmuran suatu daerah itu sendiri karena semua keputusan selalu diambil dengan disiplin ilmu masing-masing. Tingkat pendidikan petani yang rendah akan mengakibatkan sulit dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam yang ada, tenaga kerja dan modal yang dimiliki secara optimal.

2.3.3. Pengalaman Berusaha

Pengalaman usahatani merupakan suatu hal yang tidak kalah pentingnya dalam menentukan kemampuan petani dalam mengelolah dan mengerjakan usahataninya, semakin lama pengalaman seseorang dalam berusahatani, maka semakin kecil resiko kegagalan yang akan dialaminya. Petani yang berpengaruh dalam mengetahui situasi dan kondisi lingkungannya, sehingga dengan cepat dapat mengambil tindakan keputusan dan merupakan sikap dalam mengatasi masing-masing yang dihadapi.

Pengalaman berusahatani merupakan modal yang paling penting untuk berhasilnya suatu kegiatan ekonomi usahatani. Dengan berubahnya tingkat pengalaman masing-masing petani, akan berbeda pula cara pikir mereka dalam

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

menerapkan inovasi-inovasi yang masuk ke daerah mereka berada (Syahputra, 1992).

2.3.4. Tanggungan Keluarga

Sumber daya manusia sebagai sumber tenaga kerja utama dalam berusahatani yang berusaha dari dalam dan luar keluarga. Umumnya petani sampel melakukan usahatani yang bersifat keluarga, hal ini ditandai dengan curahan tenaga kerja yang berasal dari dalam keluarga. Besar kecilnya jumlah tanggungan yang dimiliki akan berpengaruh terhadap aktivitas petani dalam mengelola usahataninya. Semakin besar jumlah tanggungan keluarga yang mengharuskan mereka untuk memperbesar jumlah produksi guna memenuhi kebutuhan keluarga.

Jumlah tanggungan keluarga merupakan total anggota keluarga yang terdiri dari suami sebagai kepala keluarga, istri, anak dan tanggungan keluarga lainnya. Besar kecilnya jumlah tanggungan keluarga akan mempengaruhi pendapatan petani, semakin kecil jumlah tanggungan keluarga dapat memberikan gambaran hidup lebih sejahtera bagi petani, apabila usaha yang dihasilkan baik (Syahputra, 1992).

2.4. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu perpaduan aktifitas-aktifitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu (Oentoro, 2010). Produk yang bermanfaat apabila proses produk benar dan baik, menurut Al-Qur'an :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

Artinya "*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu*" (Qs. An-nisa' : 29).

Berdasarkan Al-Qur'an tersebut, bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Tataniaga berarti segala sesuatu yang menyangkut aturan dalam hal berdagang barang-barang yang dijual melalui pasar. Pemasaran adalah aliran produk secara fisik ke ekonomi dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen. Definisi lain menyatakan pemasaran adalah suatu proses manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Santoso, 2003).

Kotler (1997) menyatakan bahwa pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi, mengidentifikasi dan mengukur besarnya, menentukan berbagai produk dan jasa, serta program yang sesuai untuk melayani pasar-pasar dan meminta setiap orang dalam organisasi untuk berfikir dan melayani pelanggan.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Pemasaran didefinisikan oleh Indrajit dan Djokopranoto (2003) suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasa kepada para pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan dan mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan dan penyaluran barang tersebut. Sebagai mungkin rantai pemasaran merupakan strategi alternatif yang sangat memberikan solusi dalam menghadapi ketidakjelasan produk supaya mencapai keunggulan kompetitif melalui pengurangan biaya operasi dan perbaikan pelayanan dan kepuasan konsumen.

Menurut Swastha (2000) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembelian yang ada maupun pembeli potensial.

Dengan demikian pemasaran adalah salah satu fungsi manajemen perusahaan yang langsung menghasilkan penerimaan *(output)* bagi perusahaan melalui proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran penetapan harga, promosi, serta penyaluran

barang atau jasa untuk menciptakan pertukaran yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Peran pemasaran juga tidak hanya menyampaikan produk atau jasa kepada konsumen, tetapi barang dan jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan keuntungan. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai super, menetapkan harga yang menarik, mendistribusikan produk, mempromosikan secara efektif, dan mempertahankan pelanggan tetap.

Oleh karena itu Allah SWT, mengingatkan kita melalui firman-nya dalam Al-Qur'an surah Asy Syu-ara ayat 183.

لَا تَبْخَسُوا النَّاسَ اَشْيَآءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِى الْاَرْضِ مُفْسِدِي

Artinya : *Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.* (Qs. Asy Syu-ara ayat:183)

Dalam ayat diatas kita jangan sampai merugikan atau mengambil hak orang lain dan juga kita tidak boleh merusak alam. Sebab, kita harus yakin bahwa seluruh hal yang kita perbuat akan dipertanggungjawabkan nanti di hadapan Allah SWT.

Pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran (Sudiyono, 2001).

2.4.1. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Hal itu untuk mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkan (Kotler, 2002).

Saluran pemasaran untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Proses distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah produk atau fungsi-fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan atau utilitas bentuk, tempat, waktu, kepemilikan dan pelancaran arus saluran pemasaran (*marketing channel flow*) secara fisik dan non-fisik. Dalam pelaksanaan aktifitas-aktifitas distribusi, perusahaan harus dihadapkan dengan peraturan atau biasa disebut *middleman*. Dalam penyaluran distribusi perusahaan harus mempunyai strategi-strategi yang tepat agar dalam penawaran produknya ke pasar berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang dihadapkan perusahaan.

Beberapa sebab mengapa terjadi rantai pemasaran hasil pertanian yang panjang dan produsen atau petani sering dirugikan adalah sebagai berikut :

(a) Pasar yang tidak bekerja secara sempurna
(b) Lemahnya informasi pasar
(c) Lemahnya produsen memanfaatkan peluang pasar
(d) Lemahnya posisi produsen untuk melakukan penawaran untuk mendapatkan harga yang baik
(e) Produsen melakukan usahatani tidak didasarkan pada permintaan pasar, melainkan karen usahatani yang diusahakan secara turun temurun (Soekartawi, 2004).

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Saluran pemasaran merupakan suatu jalur arus yang dilalui oleh barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen saluran pemasaran adalah sekelompok pedagang dan pedagang besar perusahaan yang mengkombinasikan antara permintaan fisik dan hak dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu (Hasyim, 2012)

2.4.2. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran serat memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran (Soekartawi, 2004).

Menurut Sudiono (2001), lemahnya posisi petani dalam pemasaran pertanian disebabkan oleh: (a) bagian pangsa pasar (*market share*) yang dimiliki petani umumnya sangat kecil sehingga petani dalam pemasaran produk pertanian bertindak sebagai penerima harga (*price taker*); (b) produk pertanian pada umumnya diproduksi secara massal dan homogen, sehingga apabila petani menaikkan harga komoditi yang dihasilkan akan menyebabkan konsumen beralih untuk mengkonsumsi komoditi yang dihasilkan petani lainnya; (c) komoditi yang dihasilkan mudah rusak (*perishable*), sehingga secepatnya harus dijual tanpa

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

memperhitungkan harga; (d) lokasi produksi terpencil dan sulit dicapai oleh alat transportasi yang mudah dan cepat; (e) petani kekurangan informasi harga dan kualitas serta kuantitas yang diinginkan konsumen, sehingga petani mudah diperdaya lembaga-lembaga pemasaran yang berhubungan dengan petani secara langsung, (f) adanya kredit dan pinjaman dari lembaga pemasaran kepada petani bersifat mengikat.

Fungsi-fungsi lembaga pemasaran:

1. Pengecer (*Retailer*): Fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan adalah: (a) mengkombinasikan beberapa barang tertentu, (b) melaksanakan jasa-jasa eceran untuk barang tersebut, (c) menempatkan diri sebagai sumber barang-barang bagi konsumen, (d) menciptakan keseimbangan antara harga dan kualitas barang yang diperdagangkan, (e) menyediakan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, (f) melaksanakan tindakan-tindakan dalam persaingan. (Kotler, 2006)
2. Pedagang besar (*wholesaler*): Menurut fungsi yang dilakukan pedagan besar dapat digolongkan menjadi: (a) pedagang besar dengan fungsi penuh (*full function wholesaler*), yaitu : pedagang besar yang melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran secara keseluruhan, mulai dari fungsi pembelian – penjualan-pengangkutan – penyimpanan – fungsi keuangan – fungsi pengambilan resiko. Dalam menjalankan aktivitasnya pedagang besar dalam kategori ini biasanya selalu menjaga persediaan yang cukup dan lengkap, menggunakan beberapa penjual (*salesman*), dan melakukan hubungan-hubungan secara teratur dengan pedagang pengecer. (b) pedagang besar dengan fungsi terbatas

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

(*limited function wholesaler*), yaitu pedagang besar yang hanya menjalankan fungsi atau jasa yang terbatas. Dasar pertimbangkan meninggalkan fungsi lain adalah efisiensi dan mengurangi resiko dalam pemasaran. Dalam hal ini fungsi-fungsi tersebut terbagi pada produsen dan pedagang pengecer.

3. Agen penjual (*Facilitating Agent*) : Agen merupakan salah satu perantara yang penting dalam saluran distribusi, karena dapat membantu dalam pelaksanaan fungsi pemasaran secara baik dan lebih efisien, karena agen memebantu pedagang dalam memindahkan produk. Agen penunjang dapat dikategorikan berdasarkan fungsi yang dilakukan, yaitu : (a) agen pembeli dan penjual (*purchasing and sales agent*), yaitu lembaga pemasaran yang bekerja atas kontrak tertentu untuk melakukan pembelian barang, dengan menerima sejumlah komisi atas penggunaan jasa pembeli, tidak berhak atas barang yang dibeli atau dijual, dan tidak dapat bertindak menyaingi pedagang yang pengontrak. (b) agen pengangkut, terdiri dari dua kategori yaitu: (1) *bulk transport agencies* (agen pengangkutan borongan), dan (2) *specialty shipper* (agen pengangkut khusus). (c) agen penyimpanan (*storage agent*) , terdiri dari: (1) pedagang komisi, (2) gudang umum (*public warehouse*), (d) *franchise,*yaitu seorang penjual memberikan hak kepada seorang pembeli untuk memasarkan barang-barangnya, tetapi pembeli harus bersedia mengikuti kebijaksanaan yang ditetapkan oleh penjualan dan tidak menjual barang-barang saingan.

2.4.3. Fungsi Pemasaran

Menurut Kasmir (2004) menyatakan bahwa fungsi pemasaran meliputi :

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

1. Pemasaran sebagai fungsi yang sama, yaitu pemasaran sama besarnya dengan fungsi keuangan, produksi, kepegawaian, sumber daya manusia dengan kata lain masing-masing fungsi memiliki kesamaan satu dengan yang lainnya.
2. Pemasaran sebagai fungsi yang lebih penting yaitu bahwa fungsi pemasaran memiliki peran yang lebih besar dari fungsi keuangan, produksi, kepegawaian, dan sumberdaya manusia
3. Pemasaran sebagai fungsi utama, yaitu pemasaran dipusatkan sebagai sentral dari kegiatan fungsi lainnya atau dengan kata lain fungsi pemasaran sebagai inti dari kegiatan perusahaan.
4. Pelanggan sebagai pengendalian, yaitu masing-masing fungsi memiliki peran yang sama namun dikendalikan oleh pelanggan
5. Pelanggan sebagai fungsi pengendalian dan pemasaran sebagai fungsi integratif, yaitu pemasaran sebagai pusat integratif fungsi keuangan produk dan sumberdaya manusia sebagai pelanggan karena pelanggan sangat berkaitan dengan keuangan, sumber daya manusia, dan produksi dalam pengendalian pemasaran.

2.4.4. Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2012), biaya pemasaran pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang memungkinkan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Hongre (2005) mendefinisikan, biaya adalah sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan *(forgone)* untuk mencapai tujuan tertentu.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menurut Mulyadi (2007), biaya pemasaran adalah meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang dan sampai pada produk tersebut diubah kembali dalam bentuk tunai. Hansen dan Mowen yang diterjemahkan oleh Thomson Learning (2004) menyatakan bahwa biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk memasarkan, mendistribusikan dan melayani produk atau jasa.

Penggolongan biaya pemasaran menurut Mulyadi (2005), secara garis besar biaya pemasaran dapat dibagi menjadi dua golongan: (1) biaya untuk mendapatkan pesanan (*order getting cost*) yaitu semua biaya yang terdapat dalam golongan ini adalah gaji wiraniaga (salesperson), komisi penjualan, advertensi, dan biaya promosi, (2) Biaya untuk memenuhi pesanan (*order filling costs*), yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar supaya produk sampai ke tangan pembeli dan biaya-biaya untuk mengumpulkan piutang dan pembeli. Contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya pendugaan, biaya pembungkusan dan pengiriman, biaya angkutan dan biaya penagihan.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi: biaya angkut, biaya pengiriman, pungutan retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lainnya, disebabkan karena a) macam komoditas, b) lokasi pemasaran, c) macam lembaga pemasaran serta, d) efektifitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2002).

2.4.5. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai selisih harga antar yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran makan semakin besar pula margin pemasarannya, sebab lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak. Besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung petani, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien (Istiyanti, 2010)

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga beli konsumen dengan harga jual produsen. Margin pemasaran ini merupakan salah satu cara untuk melihat apakah saluran pemasaran tersebut efisien atau tidak. Apabila semakin besar margin pemasaran akan menyebabkan harga yang diterima petani panjang tataniaga (semakin banyak lembaga yang terlibat) maka semakin besar produsen semakin kecil dan semakin mengindikasikan sebagai sistem pemasaran yang tidak efisien (Daniel, 2002).

Margin pemasaran dapat didefinisikan dalam dua cara, yaitu: Pertama, margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani, Kedua margin pemasaran merupakan biaya dari jasa-jasa pemasaran. Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran ini, maka dapat dianalisis distribusi margin pemasaran diantara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2001).

2.4.6. Keuntungan

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu pertama laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanaman modalnya, setelah dikurangi biaya-biaya berhubungan dengan penanaman modal tersebut. Sementara itu, laba/keuntungan dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi. Perbedaan diantara keduanya adalah dalam hal pendefinisian laba.

Menurut Harahap, laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena berbagai alasan antara lain: laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan perusahaan, serta sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja perusahaan.

Laba sebagai suatu alat prediktif yang membantu dalam peramalan laba mendatang dan peristiwa ekonomi yang akan datang. Nilai laba di masa lalu, yang didasarkan pada biaya historis dan nilai berjalan, terbukti berguna dalam meramalkan nilai mendatang. Laba terdiri dari hasil operasional atau laba biasa dan hasil-hasil nonoperasional atau keuntungan dan kerugian luar biasa di mana jumlah keseluruhannya sama dengan laba bersih. Laba bisa dipandang sebagai suatu ukuran efisiensi. Laba adalah suatu ukuran kepengurusan (*stewardship)* manajemen atas sumber daya suatu kesatuan dan ukuran efisiensi manajemen dalam menjalankan usaha suatu perusahaan.

2.4.7. Efisiensi Pemasaran

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjual produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Sebaliknya konsumen menganggap sistem pemasaran efisien apabila konsumen mudah mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang rendah (Hanafiah dan Saefudin, 1989).

Soekartawi (2002) menilai efisien terjadi jika 1) dapat menekan biaya pemasaran, sehingga keuntungan pemasaran lebih tinggi, 2) persentase harga yang dibayarkan tidak terlalu tinggi, 3) tersedianya fasilitas fisik pemasaran, 4) adanya persaingan atau kompetisi yang sehat.

Pengukuran efisiensi pemasaran menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah rasio keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2002).

Efisiensi ekonomi dapat diukur dengan nilai persentase margin pemasaran dan biaya yang diterima oleh produsen. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran dianggap efisien secara ekonomis yaitu apabila tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai margin pemasaran yang rendah dan nilai persentase bagian yang diterima oleh produsen tinggi (Darmawanti, 2005).

Menurut Soekartawi (1993) faktor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Keuntungan pemasaran
b. Harga yang diterima konsumen

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

c. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk melancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi

d. Kompetisi pasar, persaingan antar pelaku pasar.

2.4.8. *Farmer's Share*

Margin pemasaran bukanlah satu-satunya indikator yang menentukan efisiensi pemasaran suatu komoditas. Salah satu indikator lain adalah dengan membandingkan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir atau yang biasa disebut dengan *Farmer's Share* (bagian yang diterima petani), dan sering dinyatakan dengan persen. *Farmer's Share* mempunyai hubungan yang negatif dengan margin pemasaran, sehingga semakin tinggi margin maka bagian yang akan diterima petani akan semakin rendah.

Soekartawi (1995), penerimaan usahatani adalah perkalian antara volume produksi yang diperoleh dengan harga jual. Harga jual adalah harga transaksi antara produsen dan pembeli untuk setiap komoditas. Satuan yang digunakan seperti satuan yang lazim digunakan antara penjual/pembeli secara partai besar misalnya Kilogram (Kg), Ton, ikat dan sebagainya.

Asmarantaka (2012), *farmer's share* merupakan porsi dari nilai yang dibayar konsumen akhir yang diterima petani dalam bentuk persentase. Kohls dan Uhl (2002) menyatakan bahwa apabila aktivitas nilai tambah utilitas pada suatu komoditas banyak dilakukan oleh petani maka nilai *Farmer's share* yang diperoleh lebih tinggi. Menurut Asmarantaka (2012), efisiensi pemasaran harus memperhitungkan fungsi-fungsi pemasaran yang ada, biaya-biaya dan atribut

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

produk. Meskipun nilai *farmer's share* rendah, margin pemasaran tinggi, dan saluran pemasaran, namun terhadap peningkatan kepuasan konsumen maka sistem pemasaran tersebut efisien. Penanganan terhadap fungsi-fungsi pemasaran yang kurang efisien dapat menyebabkan biaya pemasaran menjadi lebih tinggi, karena tujuan lembaga pemasaran adalah mencari keuntungan, maka biaya pemasaran itu dilimpahkan kepada produsen atau konsumen dengan menekan harga ditingkat produsen dan meningkatkan harga ditingkat konsumen. Kondisi ini dapat mengakibatkan perbedaan harga (Margin) antara konsumen dan produsen. Menurut Kohls dan Uhl (2002), analisis tentang *producer's share* bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh produsen dari harga yang dibayar oleh konsumen dalam setiap saluran pemasaran.

2.5. Penelitian Terdahulu

Alatas, (2022) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Nila di Desa Tebing Tinggi Kecamatan Benai Kabupaten Singingi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi, tingkat margin, share petani dan efisiensi pemasaran ikan nila di Desa Tebing Tinggi Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. Adapun metode yang digunakan adalah metode survey. Sampel diambil sebanyak 50 orang menggunakan metode *snowball sampling*. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa saluran pemasaran 1 besarnya biaya pemasaran Rp. 3.932,08/ kg, margin pemasarannya Rp 10.000,00 kg dan keuntungan pemasaran Rp. 7.267,92/kg, pada saluran pemasaran 2 besarnya biaya pemasaran Rp. 2.980,94/kg, margin pemasarannya Rp. 5.000,00/kg dan

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

keuntungan pemasaran sebesar Rp. 3.877,77/kg dan saluran pemasaran 3 besarnya biaya pemasaran Rp.2.863,82/kg, margin pemasarannya Rp. 4.000,00/kg, dan keuntungan pemasaran sebesar Rp.3.230,41/kg. Efisiensi pemasaran ikan nila secara ekonomis dari ketiga saluran pemasaran yang ada, maka saluran pemasaran 3 dengan tingkat efisiensi sebesar 11,46%.

Syahputra (2020) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Bandeng di Desa Mallari Kecamatan Awangpone Kabupaten Bone. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui penerapan fungsi-fungsi pemasaran ikan bandeng, mengetahui saluran pemasaran ikan bandeng dan mengetahui berapa besar margin pemasaran yang diterima pelaku pemasaran ikan bandeng di Desa Mallari Kecamatan Awangpone Kabupaten Bone. Responden dalam penelitian ini adalah petani tambak sebanyak 47 orang dan pedagang perantara sebanyak 10 orang, menggunakan metode *Purposive sampling* di Desa Mallari Kecamatan Awangpone Kabupaten Bone. Pengambilan sampel menggunakan teknik sensus atau sampel jenuh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) 3 saluran yang di oleh petani tambak di Desa Mallari Kecamatan Awangpone yaitu: Saluran I terdiri dari petani, konsumen, saluran II terdiri dari petani, pedagang pengecer, konsumen dan saluran III petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. 2) Fungsi-fungsi pemasaran yang diterapkan oleh petani tambak ikan bandeng yaitu menunjukkan bahwa penerapan fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas tidak sepenuhnya dilakukan oleh petani. 3) Margin pemasaran yang

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

diterima pada saluran pemasaran (II) sebesar Rp. 5000 dan pada saluran pemasaran (III) margin yang diterima sebesar Rp. 8000 yang menunjukkan bahwa perbedaan margin pemasaran yang diperoleh antara saluran pemasaran (II) dan saluran pemasaran (III).

Gumilar, (2019) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Cardinal Tetra (*Paracheirodon axelrodi*) Studi Kasus di Kelompok Pembudidaya Ikan Tetra Abadi Kecamatan Bojongsari Kota Depok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keragaman saluran pemasaran ikan *Cardinal Tetra (Paracheirodon axelrodi)* dan menganalisis tingkat efisiensi pemasaran ikan *Cardinal Tetra (Paracheirodon axelrodi)* di Kelompok Pembudidaya Ikan Tetra Abadi Kecamatan Bojongsari, Kota Depok Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode sensus untuk responden pembudidaya yang telah diketahui berjumlah 9 orang, dan teknik Snowball Sampling yaitu dengan cara menggunakan rekomendasi dari pembudidaya tersebut untuk menentukan responden di tiap lembaga pemasaran. Analisis data yang dilakukan meliputi Analisis Finansial diantaranya analisis pendapatan usaha, Benefit Cost Ratio (BCR), serta dengan Analisis Efisiensi Pemasaran diantaranya adalah analisis Margin pemasaran, *Market share*, dan *Farmer's share.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran di Pokdakan Tetra Abadi. Tingkat efisiensi pemasaran tertinggi ada pada saluran I dengan nilai BCR tertinggi 2,30 serta nilai Farmer's share tertinggi 24,11%. Saluran 1 adalah satu-satunya saluran pemasaran untuk ekspor di Pokdakan Tetra

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Abadi. Sedangkan saluran pemasaran paling efisien untuk kegiatan di pasar lokal adalah saluran III karena memiliki nilai Market share tertinggi 60,26%.

Sudana (2019) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Sanggalangi Kabupaten Buleleng. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sanggalangit, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola saluran pemasaran ikan teri hasil tangkapan nelayan di Desa Sanggalangit, jumlah margin, farmer share dan efisiensi pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran. Sampel diambil sebanyak 10 orang. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder dengan metode wawancara dan dokumentasi selanjutnya dianalisis secara deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran ikan teri di Desa Sanggalangit ada 3, yaitu pola saluran pemasaran I dari nelayan ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen. Pola saluran pemasaran II dari nelayan ke pedagang pengepul kecil ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen. Serta pola saluran pemasaran III dari nelayan ke pedagang pengepul besar ke pedagang pengepul kecil selanjutnya ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen. Saluran pemasaran I jumlah margin Rp. 7.500/kg, *farmer share* 75%, pola saluran II jumlah margin Rp. 12.500/kg. *Farmer share* 58,3% dan pola saluran pemasaran III jumlah margin Rp. 15.830/kg. *Farmer share* 47,2%, sedangkan berdasarkan penghitungan efisiensi pemasaran, pola pemasaran saluran I tergolong efisien karena efisiensi pemasaran paling kecil 2,5%

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

dibandingkan pola saluran pemasaran II sebesar 8,5% dan pola saluran pemasaran III sebesar 12,9%. Namun, karena sebagian besar pemasaran ikan teri hasil tangkapan nelayan Desa Sanggalangit menggunakan pola saluran pemasaran II dan III maka pemasaran ikan teri di wilayah ini tidak efisien.

Sumaya (2019) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Patin *(Pangasius*) di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui karakteristik lembaga pemasaran ikan patin (2) mengetahui aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi pada rantai pemasaran ikan patin (3) menganalisis efisiensi pemasaran ikan patin. Adapun metode yang digunakan adalah metode survey. Sampel diambil sebanyak 30 orang menggunakan metode *Proportionate Stratified Random Sampling*. Data dianalisis secara deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif, Analisis Biaya Distribusi, Analisis Margin Distribusi, Farmer's Share dan Analisis Efisiensi.

Hasil penelitian menunjukkan karakteristik lembaga pemasaran memiliki rata-rata umur dalam usia produktif, rata-rata lama pendidikan petani usia 9 tahun, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer berpengalaman masing-masing selama 9,75 tahun, serta rata-rata lama pendidikan konsumen adalah 10,2 tahun, pengalaman berusaha petani rata-rata 7,8 tahun, pedagang pengumpul rata-rata 5 tahun dan pedagang pengecer rata-rata 11,25 tahun. Jumlah tanggungan keluarga petani rata-rata 4 jiwa, pedagang pengumpul rata-rata 4 jiwa, pedagang pengecer rata-rata 5 jiwa dan konsumen rata-rata 4,2 jiwa. Aliran rantai produk dimulai dari petani ikan patin, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

sampai ke konsumen ikan patin. Aliran keuangan dari konsumen ke pedagang pengecer dan sampai ke petani. Distribusi biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah berjumlah Rp. 2.000/kg, dan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah berjumlah Rp. 3.500/kg. Margin pemasaran ikan patin di Kecamatan Tenayan Raya adalah sebesar Rp. 5.500/kg. Efisiensi pemasaran ikan patin di daerah penelitian adalah sebesar Rp. 6.17, maka dapat dikatakan efisiensi, dimana setiap Rp. 100 nilai produk yang dipasarkan hanya memerlukan biaya pemasaran sebesar Rp. 6,27.

Darus (2018) melakukan penelitian berjudul Analisis Pemasaran Padi Sawah di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, saluran pemasaran, marjin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu dengan metode penelitian survey. Responden agroindustri penggilingan padi, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer diambil masing-masing sebanyak 3 orang secara sengaja *(purposive Sampling)*, dengan pertimbangan bahwa pedagang kilang/padi di daerah penelitian banyak yang musiman, sehingga diambil pedagang yang bermata pencaharian tetap sebagai pedagang kilang/padi.

Hasil penelitian ini menunjukkan lembaga pemasaran padi sawah di kecamatan ini terdiri dari pedagang pengumpul yang sebenarnya adalah lembaga perantara yang langsung melakukan pembelian dalam skala wilayah kelurahan atau kecamatan Rambah Samo. Manakala fungsi pemasaran dilaksanakan oleh pedagang pengumpul sebagai lembaga perantara yang langsung melakukan

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

pembelian dalam wilayah kelurahan atau kecamatan. Saluran pemasaran, baik gabah maupun beras olahannya dilakukan melalui pedagang pengumpul kemudian ke konsumen. Keadaan marjin pemasaran yang diperoleh petani yaitu sebesar Rp2.103/kg. Margin pemasaran pada tingkat pedagang pengumpul/huller cukup besar yaitu Rp5.807/kg. Dengan harga jual padi petani ke pedagang pengumpul/Huller dan harga pokok produksi sebesar Rp2.103/kg, maka keuntungan sebesar Rp1.913,26/kg dengan biaya pemasaran Rp190/kg. Keuntungan pemasaran beras 39 yang diperoleh pedagang sebesar Rp 4.017/kg. Pada sistem pemasaran padi yang ada di Kecamatan Rambah Samo bagian yang diterima petani adalah 35,47 persen dari harga yang dibayar konsumen akhir. Jadi pemasaran padi/beras di Kecamatan Rambah Samo adalah sangkil (efisien). 1. Rata-rata pendapatan kotor penggilingan padi sebesar Rp 2.033.848,48 dan pendapatan bersih Rp 585.743,91/proses produksi, dengan RCR sebesar 1,40 dan nilai tambah yang diperoleh agroindustri penggilingan padi sebesar Rp. 2.030,59/kg bahan baku. Fasilitas pengolahan hasil yang dimiliki penggilingan desa kurang menunjang, sehingga produk mereka kalah bersaing dengan produk pedagang kilang yang memiliki fasilitas pengolahan lebih baik. 2. Padi dipasarkan langsung oleh petani kepada pedagang pengumpul (pengusaha huller). Diperoleh total margin sebesar Rp 7.910,05/kg, total biaya pemasaran sebesar Rp 1.979,68/kg, farmers share 35,47 persen, total keuntungan pemasaran sebesar Rp 5.930,37/kg dengan efisiensi 18,23 persen.

Tsani (2018) melakukan penelitian tentang Analisis Pemasaran Ikan Patin di Desa Koto Tibun Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. Penelitian ini

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

bertujuan untuk menganalisis karakteristik petani dan pedagang ikan patin, lembaga, saluran dan fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin, keuntungan, *Farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Sampel yang diambil sebanyak 30 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan adalah rata-rata umur petani ikan patin 41 tahun, tingkat pendidikan rata-rata 12 tahun, lama berusaha ikan patin adalah rata-rata 10 tahun, jumlah tanggungan rata-rata adalah 4 jiwa. Agen rata-rata berumur 37 tahun, dengan lama pendidikan adalah 12 tahun, pengalaman berdagang ikan patin adalah 16 tahun dan rata-rata jumlah anggota keluarga 3 jiwa. Pedagang pengumpul rata-rata berumur 44 tahun, dengan lama pendidikan 12 tahun, pengalaman berdagang ikan patin rata-rata 12 tahun dengan jumlah anggota keluarga adalah 4 jiwa. Pedagang pengecer adalah rata-rata berumur 41 tahun, lama pendidikan adalah 12 tahun, pengalaman berdagang ikan patin adalah 10 tahun dan rata-rata jumlah anggota keluarga adalah 4 jiwa. Lembaga dan saluran yang terlibat agen, pedagang pengumpul pedagang pengecer. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan adalah pemasaran ikan patin meliputi fungsi pembelian, fungsi penjualan, pengangkutan, penyimpanan standarisasi dan grading, permodalan, penanggungan resiko, informasi pasir. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan Rp.6.950,44/kg, margin pemasaran Rp.2.600,00/kg, dan keuntungan Rp. 1.940,56/kg, efisiensi pemasaran Rp. 8,58, farmer's share 71,33%, total biaya pemasaran adalah Rp. 1.779,96/kg.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

2.6. Kerangka Pemikiran

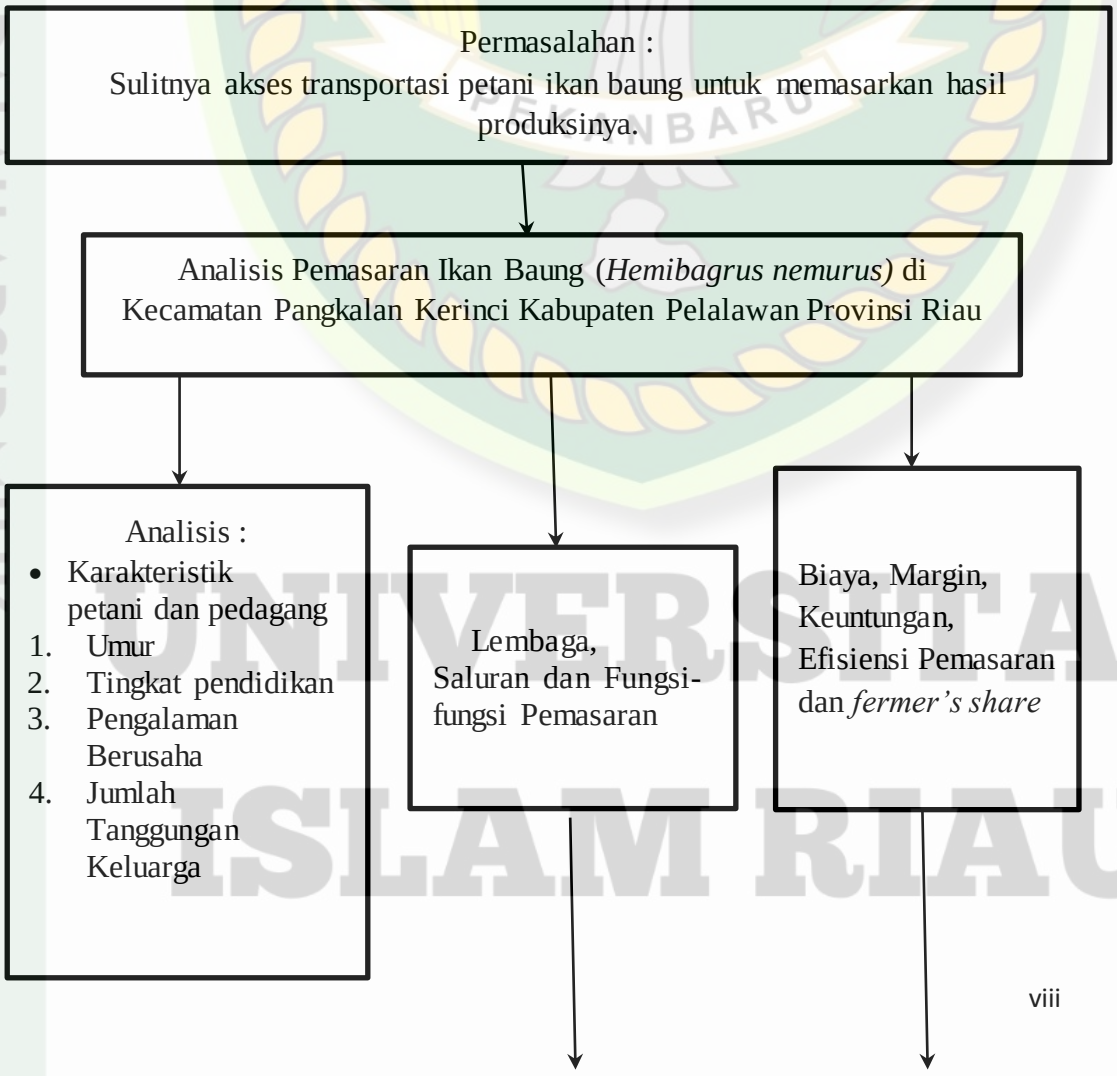
Kabupaten Pelalawan memiliki potensi alam yang sangat besar salah satunya adalah subsektor perikanan. Wilayah Kabupaten Pelalawan dialiri dengan puluhan anak sungai Kampar sehingga masyarakat yang ingin pergi ke ibu kota harus menyebrang sungai karena tidak ada akses jalur darat. Kecamatan Pangkalan Kerinci memiliki potensi pengembangan budidaya ikan dengan memanfaatkan sumber daya alam. Saat ini Kecamatan Pangkalan Kerinci menjadi pusat sentra perikanan air tawar, salah satunya ikan baung yang telah memenuhi permintaan pasar di dalam maupun di luar Kecamatan.

Pemasaran produk perikanan merupakan kegiatan menyampaikan produk dari pedagang ke konsumen akhir yang disebut pemasaran. Saluran pemasaran ikan baung dapat berbeda-beda dilihat dari banyak jumlah pedagang yang terlibat dalam saluran tersebut. Setiap saluran pemasaran melakukan fungsi-fungsi

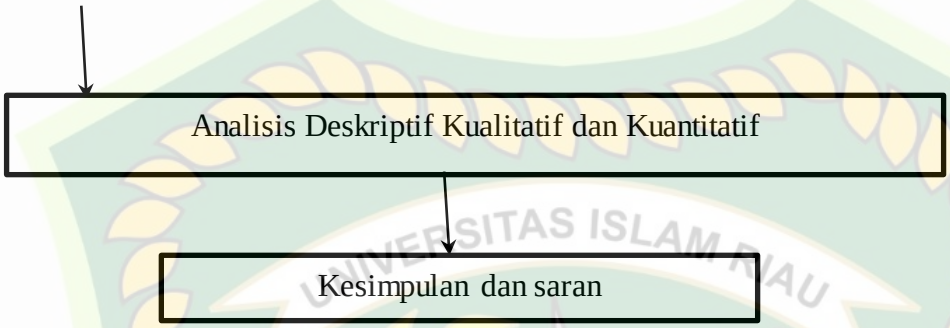
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

pemasaran antara lain fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi transportasi, fungsi penyimpanan, fungsi penanggung resiko dan fungsi informasi pasar.

Pemasaran ikan baung membahas mengenai kegiatan pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan yang akan di nilai dari kegiatan pemasaran ikan baung mulai dari petani ikan sampai ke pedagang. Margin pemasaran digunakan untuk melihat perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. *Farmer's share* digunakan untuk membandingkan harga yang diterima oleh konsumen akhir yang sering dinyatakan dalam persentase. Adapun kerangka berfikir Analisis Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau sebagai berikut



Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Gambar 3. Skema Kerangka Pemikiran Penelitian "Analisis Pemasaran Ikan Baung (*Hemibagrus nemurus*) Di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei. Penelitian dilakukan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara purposive sampling bahwa di daerah ini sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani ikan sekaligus merupakan daerah penghasil ikan baung di Kabupaten Pelalawan.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan Maret 2022 sampai September 2022. Meliputi rangkaian kegiatan yakni pembuatan proposal, perbaikan seminar proposal, pengumpulan data, tabulasi data, analisis data, seminar hasil, perbaikan laporan dan ujian komprehensif.

3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan yang melakukan pembudidayaan dengan Pengambilan sampel diambil 50% dari seluruh jumlah petani yang ada di Kecamatan Pangkalan Kerinci yang tersebar di dua desa yaitu (1) Desa Kuala Terusan dan (2) Desa Rantau Baru. Penentuan sampel petani dari dua desa tersebut diambil secara *Proporsional random sampling*. Berjumlah 50 petani atau 50 % dari jumlah petani. Sedangkan untuk pedagang pengumpul dan pedagang pengecer diambil secara sensus yaitu sebanyak 5 pedagang pengumpul dan 12 pedagang pengecer. Adapun jumlah populasi dan sampel dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 5 :

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Tabel 5. Kerangka Sampel Penelitian.

No	Desa	Populasi Petani ikan Baung	Sampel Petani	Sampel Pedagang	
				Pengumpul	Pengecer
1	Kuala Terusan	46	23	2	7
2	Rantau Baru	54	27	3	5
Jumlah		100	50	5	12

Pada Tabel 5 menjelaskan bahwa kerangka sampel penelitian yang berada di Kecamatan Rantau Baru terhadap populasi petani ikan baung sebanyak 54 petani, populasi petani ikan baung di Kecamatan Rantau Baru ini lebih banyak dibandingkan dengan Kecamatan Kuala Terusan yaitu berjumlah 46 petani, dan total dari kedua populasi di Kecamatan ini yaitu 100 petani. Sampel petani ikan di Kecamatan Kuala Terusan dan Kecamatan Langgam ini sebanyak 50 sampel. Sedangkan untuk sampel pedagang pengumpul di Desa Kuala Terusan terdapat 2 pedagang pengumpul dan 7 orang pedagang pengecer dan di Desa Rantau Baru terdapat 3 orang pedagang pengumpul dan 5 orang pedagang pengecer.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan melalui wawancara. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pihak pertama dan sumber asli (tidak melalui media perantara). Pengumpulan data primer diperoleh dengan wawancara langsung dengan petani ikan baung yang berpedoman pada daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disediakan. Data primer meliputi: karakteristik petani (umur, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman berusaha dan berdagang), lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Selain data primer, penelitian ini menggunakan data skunder sebagai penunjang. Data sekunder ini bersumber dari instansi yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti kantor camat, Balai Penyuluh Pertanian, BPS, dan Dinas Perikanan Kabupaten Pelalawan Data yang dianggap penting dalam menunjang penelitian ini meliputi: data produksi ikan, keadaan geografi daerah penelitian, jumlah penduduk, tingkat pendidikan dan keadaan sosial ekonomi penduduk setempat dan data lainnya yang memiliki hubungan dengan penelitian ini.

3.4. Konsep Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka perlu dibuat konsep operasional sebagai berikut:

1. Petani ikan baung adalah petani yang mengusahakan budidaya ikan baung sebagai mata pencharian (orang).
2. Harga ikan baung adalah harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul (Rp/Kg).
3. Produksi ikan baung adalah hasil budidaya ikan baung dalam bentuk segar, dihitung dalam bentuk (Kg).
4. Pasar baru adalah pasar tempat menjual hasil budidaya ikan, tempat bertemunya para penjual ikan baung (Kg).
5. Pedagang ikan baung adalah satu kegiatan ekonomis yang berfungsi membawa atau menyampaikan ikan baung ke konsumen.
6. Pedagang pengumpul ikan baung adalah orang yang membeli ikan baung dari petani ikan baung (Kg/Rp).

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

7. Pedagang pengecer ikan baung adalah pedagang yang mengambil ikan baung dari pedagang pengumpul dan kemudian memasarkannya kepada konsumen.
8. Konsumen ikan baung adalah orang yang membeli ikan baung pada waktu tertentu, yang didapatnya dari pedagang pengecer (Kg).
9. Lembaga pemasaran ikan baung adalah orang atau badan yang terlibat dalam penyaluran ikan baung dari konsumen ke produsen.
10. Fungsi lembaga pemasaran adalah suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan produk (ikan baung) dari produsen ke konsumen yang meliputi fungsi pertukaran, pengadaan dan fungsi pelancar.
11. Saluran pemasaran adalah proses penyaluran ikan baung dari produsen ke konsumen melalui lembaga-lembaga pemasaran.
12. Biaya pemasaran adalah total biaya yang dikeluarkan pedagang untuk keperluan yang berhubungan dengan penjualan (Rp/kg) / hari.
13. Margin pemasaran adalah selisih atau perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen (Rp/kg).
14. Keuntungan pemasaran adalah keuntungan yang diperoleh dari harga jual dikurang dengan harga beli dan dikurang dengan biaya pemasaran(Rp/kg) / hari.
15. *Farmer's share* adalah bagian yang diterima oleh petani *farmer's share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayar konsumen akhir yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

16. Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan tiap unit produk dibagian dengan nilai produk yang dipasarkan dinyatakan dalam persen (%).

3.5. Analisis data

Data yang telah dikumpulkan dari kuesioner dilapangan akan dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif, yaitu dengan cara menabulasi data responden yang dibuat dan kemudian dilakukan dengan analisis yang sesuai dengan penelitian. Beberapa analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.1. Analisis Karakteristik Petani ikan Baung dan Pedagang

Karakteristik petani ikan dan pedagang ikan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang mengangkut mengenai umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan berdagang, serta jumlah keluarga. Data yang diperoleh dari lapangan terlebih dahulu dolah, ditabulasi dan ditabelkan. Setelah ditabulasi diambil rata-rata nilai tertinggi dan terendah kemudian diinterpretasikan dengan mendeskripsikan keadaan atau gambaran mengenai karakteristik petani dan pedagang ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Karakteristik petani yang dianalisis meliputi : umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan tanggungan keluarga.

3.5.2. Analisis Lembaga, Saluran dan Fungsi-fungsi Pemasaran

Data yang diambil meliputi saluran pemasaran secara langsung dan saluran pemasaran melalui perantara. Jika pemasaran dilakukan secara langsung, maka

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

konsumen membayar produk dari harga yang ditawarkan pengusaha. Sedangkan pemasaran yang melalui perantara akan melibatkan pedagang lain.

a. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah lembaga yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran dari produsen kepada konsumen. Lembaga pemasaran dianalisis secara deskriptif kualitatif, dimana untuk mengetahui lembaga pemasaran seperti badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran seperti: bentuk lembaga, tujuan, kerja lembaga, rantai pemasaran dan proses pemasaran.

b. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah rantai penyaluran yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, Saluran pemasaran dianalisis secara kualitatif, dimana untuk mengetahui saluran pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan ditelusuri aliran ikan baung dari petani sampai ke konsumen akhir

c. Fungsi-fungsi pemasaran

Fungsi-fungsi pemasaran dapat dilihat dari masing-masing fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan ikan baung. Analisis fungsi-fungsi pemasaran diperlukan untuk mengetahui fungsi-fungsi yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlihat. Dari analisis fungsi pemasaran dapat dihitung besarnya biaya margin pemasaran. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

3.5.3. Analisis Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran

Analisis yang dilakukan dalam pemasaran ikan baung adalah analisis biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran. Adapun model analisis yang digunakan sebagai berikut :

a. Biaya Pemasaran

Untuk menghitung biaya pemasaran digunakan rumus umum menurut Soekartawi (1995). Dalam penelitian ini biaya pemasaran meliputi : Harga Beli (B1), biaya transportasi (B2), biaya bongkar muat (B3). Dengan demikian rumus yang digunakan untuk menentukan biaya pemasaran adalah sebagai berikut:

$Bp = B_1 + B_2 + B_3$ ……(1)

Keterangan :

BP = Biaya Pemasaran (Rp/kg)

B_1 = Harga Beli (Rp/Kg)

B_2 = Biaya Transportasi (Rp/kg)

B_3 = Biaya Bongkar Muat (Rp/kg)

b. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat petani atau produsen dengan harga ditingkat konsumen akhir. Perbedaan harga tersebut dikarenakan adanya biaya pemasaran dan keuntungan masing- masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran tersebut.

Secara Matematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut (Tomek and Robinson, 1990 dalam Sudiyono, 2001)

MPi = Pr-Pfi……(2)

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Mpi = $\sum Bi + \sum ki$ ……..(3)

$\sum$Ki = MPi – $\sum$bi……..(4)

Keterangan :

MPi = Margin pemasaran ikan baung pada pedagang ke-1 (Rp/kg)

Pri = Harga jual ikan baung pada pedagang ke -1 (Rp/kg)

Pfi = Harga beli ikan baung pada petani ke-1 (Rp/kg)

$\sum$Bi = Jumlah biaya yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran (B1, B2, B3,..Bn)

$\sum$Ki = Jumlah keuntungan yang diperoleh lembaga-lembaga pemasaran (K1, K3, K3,..Kn) Sehingga diperoleh total margin pemasaran (MP) sebesar

MP=$\sum_{i=1}^{n} MPi$……..(5)

c. Keuntungan Pemasaran

Sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi. Menghitung keuntungan yang diterima petani digunakan rumus menurut Soekartawi (1993). Untuk penelitian ini rumus tersebut menjadi:

π = Mp-Bp……..(6)

Keterangan:

π = Keuntungan (Rp/kg)

Mp = Margin Pemasaran (Rp/kg)

Bp = Biaya Pemasaran (Rp/kg)

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
ISLAM RIAU

d. Farmer's Share

Farmer's share adalah bagian yang diterima oleh petani. Untuk menghitung *Farmer's share* atau bagian yang diterima oleh petani menggunakan rumus menurut Napitupulu (2004) sebagai berikut

$Share = \frac{Hp}{Hk} x\ 100\%$……(7)

Keterangan :

Hp = Harga Ditingkat Petani (Rp/kg)

Hk = Harga Ditingkat Konsumen (Rp/kg)

e. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran suatu usaha terhadap penggunaan suatu unit input dapat digambarkan juga oleh nilai rasio keuntungan dan biaya yang merupakan perbandingan antara keuntungan yang diterima petani dari setiap rupiah yang dikeluarkan dalam proses produksi.

$Ep = \frac{BP}{TNP}$x 100%.....(8)

Keterangan :

EP = Efisiensi Pemasaran ikan baung (%)

BP = Total Biaya Pemasaran ikan baung (Rp/kg)

TNP = Total Nilai Penjualan (Rp/kg)

Rumus diatas dapat diartikan bahwa setiap ada penambahan biaya pemasaran memberi arti bahwa adanya pemasaran yang tidak efisien atau, jika semakin kecil nilai produk yang dijual berarti terjadi pemasaran yang tidak efisien. Pemasaran akan semakin efisien apabila efisien pemasaran (EP) semakin kecil (Soekartawi,2002).

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

IV. GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1. Letak Batas Wilayah

Pangkalan Kerinci adalah sebuah kecamatan yang juga merupakan ibu kota Kabupaten Pelalawan di provinsi Riau, Indonesia. Kecamatan ini memiliki potensi pengembangan karena terletak di Jalan Raya Lintas Sumatera. (BPS 2021).

Luas wilayah Kecamatan Pangkalan Kerinci sebesar 247,76 Km^2 dengan wilayah terluas berada pada Desa Rantau Baru sebesar 83,34 Km^2. Secara geografis Kecamatan Pangkalan Kerinci memiliki koordinat wilayah 0,384 lintang selatan - 101,8434 bujur timur. Kecamatan Pangkalan Kerinci berbatasan dengan :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Bandar Seikijang, Kecamatan Kerinci Kanan dan Kabupaten Siak
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Pangkalan Kuras
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Langgam
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Pelalawan. (BPS 2021).

Kecamatan Pangkalan Kerinci dibentuk pada tahun 2001 berdasarkan Perda Nomor 10, dengan ketinggian wilayah 15 M diatas permukaan air laut. Kecamatan Pangkalan Kerinci terbagi atas 3 kelurahan meliputi Kelurahan Kerinci Kota, Kelurahan Kerinci Barat dan Kelurahan Kerinci Timur, selain itu juga terdiri atas 4 desa yaitu Desa Rantau Baru, Desa Kuala Terusan, Desa Mekar Jaya dan Desa Makmur. (BPS 2021).

Topografi Kecamatan Pangkalan Kerinci terdiri dari daerah dataran rendah

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

yaitu kelurahan Pangkalan Kerinci Kota, Kelurahan Pangkalan Kerinci Barat, Kelurahan Pangkalan Kerinci Timur, Desa Mekar Jaya dan Desa Makmur, selain itu terdapat daerah daerah aliran sungai terletak di Desa Rantau Baru dan Desa Kuala Terusan. Suhu maksimum 33 °C dan suhu minimum 30 °C. (BPS 2021).

4.2. Pemerintahan

Kecamatan Pangkalan Kerinci terdiri dari 3 Kelurahan dan 4 Desa dengan pusat pemerintahan berada di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kota. Pada tahun 2020 jumlah aparat desa/kelurahan diantaranya adalah jumlah Kepala Urusan (Kaur)/Kepala Seksi (Kasi) sebanyak 30 orang, Staf Desa/Kelurahan sebanyak 36 orang dan Kepala Dusun/Lingkungan sebanyak 17 orang, ketua Rukun Warga (RW) sebanyak 188 orang dan ketua Rukun Tetangga (RT) sebanyak 196 orang. (BPS 2021).

Kecamatan dipimpin oleh seorang Camat yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati Pelalawan melalui Sekretaris Daerah. Camat memiliki tugas untuk membantu Bupati Pelalawan dalam penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan pembinaan kehidupan kemasyarakatan dalam wilayah cakupan kecamatan. (BPS 2021).

4.3. Kependudukan

Salah satu unsur penting dalam suatu wilayah yaitu penduduk karena dapat menunjang berkembangnya suatu wilayah. Secara langsung penduduk mempengaruhi pertumbuhan pembangunan suatu daerah, karena semakin meningkat populasi di suatu daerah akan diikuti dengan pertumbuhan pembangunan pada daerah tersebut.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Berdasarkan data statistik kependudukan Kecamatan Pangkalan Kerinci diterangkan bahwa jumlah penduduk yang berada pada wilayah ini berjumlah 94.585 jiwa dan mempunyai 36.865 jumlah rumah tangga dengan rata-rata jumlah penduduk dalam rumah tangga adalah 4 orang. Jumlah tersebut hampir merata di semua desa/kelurahan.

Tabel 6 Luas Wilayah, Kepadatan Jiwa, Jumlah Penduduk Berdasarkan Desa/Kelurahan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Tahun 2020.

No	Desa/Kelurahan	Luas Wilayah (Km^2)	Kepadatan (Jiwa/ Km^2)	Jumlah Penduduk (jiwa)		Jumlah
				Laki-laki	Perempuan	
1	Rantau Baru	83,34	9	400	350	750
2	Kuala Terusan	44,3	10	222	225	447
3	Pangkalan Kerinci Kota	14,2	2.425	17.676	16.755	34.431
4	Mekar Jaya	19,21	199	1.961	1.865	3.826
5	Makmur	5,24	1220	3.285	3.110	6.395
6	Pangkalan Kerinci Barat	26,02	311	4.183	3.903	8.086
7	Pangkalan Kerinci Timur	55,45	733	20.946	19.704	40.650
Jumlah		247,76	382	46.673	43.113	94.585

Sumber : BPS Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2021.

Pada Tabel 6 dapat dijelaskan jumlah penduduk Kecamatan Pangkalan Kerinci sebanyak 94.585 jiwa, yang terdiri dari 46.673 jiwa laki-laki dan 43.113 jiwa perempuan. Ini menandakan jumlah laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan. Kepadatan penduduk menunjukkan perbandingan jumlah penduduk dengan luas wilayah. Tingkat kepadatan penduduk di Kecamatan Pangkalan Kerinci dengan tingkat kepadatan 382 jiwa per km^2.

4.4. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor penunjang kualitas sumber daya

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

manusia pada suatu daerah, apabila suatu daerah semakin pesat pendidikannya maka semakin baik pula kualitas sumber daya manusia yang dapat menunjang pertumbuhan pembangunan daerah tersebut. Kualitas pendidikan ini akan membaik apabila pemerintah setempat menyediakan fasilitas pendidikan yang memadai sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Berikut pembagian penduduk menurut jenjang pendidikan yang diklasifikasikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 7. Jumlah Murid Sekolah Umum Menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Tahun 2020.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	
		Negeri	Swasta
1	TK	-	1.719
2	SD	8.292	4.230
3	SMP/Sederajat	2.637	1.408
4	SMA/Sederajat	2.522	322
5	SMK	1.624	404
Jumlah		15.075	8.083

Sumber : BPS Kecamatan Pangkalan Kerinci 2021.

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa penduduk di Kecamatan Pangkalan Kerinci lebih banyak memilih bersekolah di sekolah negeri dibandingkan sekolah swasta. Jumlah murid sekolah negeri sebanyak 15.075 jiwa sementara jumlah murid sekolah swasta sebanyak 8.083 jiwa. Jumlah murid terbanyak berada pada tingkat Sekolah Dasar (SD) sebanyak 8.292 jiwa sekolah negeri dan 4.230 jiwa sekolah swasta. Sedangkan untuk jumlah murid terkecil berada pada tingkat pendidikan TK yaitu sebanyak 1.719 jiwa sekolah swasta.

4.5. Mata Pencaharian

Secara umum mata pencaharian dapat didefinisikan sebagai pekerjaan utama yang dilakukan oleh seseorang atau masyarakat. Mata pencaharian terbagi menjadi dua yaitu mata pencaharian pokok dan mata pencaharian sampingan.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Mata pencaharian pokok adalah keseluruhan kegiatan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada yang dilakukan sehari-hari dan merupakan mata pencharian utama untuk memenuhi kebutuhan hidup. Mata pencharian sampingan adalah mata pencharian diluar mata pencharian pokok.

Tabel 8. Mata Pencaharian di Kecamatan Pangkalan Kerinci Tahun 2022.

No	Status Pekerjaan Utama	Persentase (%)
		2022
1	Berusaha Sendiri	47,88
2	Berusaha dibantu buruh tidak tetap	41,44
3	Berusaha dibayar buruh tetap/dibayar	21,05
4	Buruh/karyawan/pegawai	7,15
5	Pekerja bebas dipertania	8,18
6	Pekerja bebas di non dipertania	5,07
7	Pekerja keluarga/ tidak dibayar	10,68
	Total	100,00

Sumber : BPS Kecamatan Pangkalan Kerinci 2023.

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa mata pencharian di Kecamatan Pangkalan Kerinci lebih banyak memilih berusaha sendiri yaitu sebanyak 47,88% hal ini merupakan jumlah tertinggi status pekerjaan utama di Kecamatan Pangkalan Kerinci, untuk status pekerjaan ke dua yaitu berusaha dibantu buruh tidak tetap yaitu sebanyak 41,44%. Status pekerjaan utama terendah adalah di pekerjaan bebas di non pertanian sebesar 5,07%.

4.6. Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana berkaitan dengan pembangunan daerah maju juga tidaknya suatu daerah dapat dilihat dari sarana dan prasarana yang dimilikinya. Sarana dan prasarana memiliki kaitan yang sangat penting sebagai alat penunjang keberhasilan suatu proses yang dilakukan. Dengan demikian, suatu proses kegiatan yang akan dilakukan tidak akan dapat mencapai hasil yang diharapkan

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

sesuai dengan rencana, jika sarana dan prasarana tidak tersedia. Untuk meningkatkan perekonomian masyarakat perlu didukung tersedianya sarana dan prasarana sebagai fasilitas penunjang adapun sarana prasarana budaya sosial yang ada di Kecamatan Pangkalan Kerinci terdiri dari tiga yaitu : (1) berdasarkan tingkat pendidikan, (2) berdasarkan kesehatan, (3) sarana prasarana. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jumlah Sarana dan Prasarana di Kecamatan Pangkalan Kerinci Tahun 2021

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)
1	Pendidikan	
	TK	5
	SD/Sederajat	25
	SMP/Sederajat	15
	SMA/Sederajat	6
	SMK/Sederajat	5
	Akademi/Perguruan Tinggi	3
2	Kesehatan	
	Rumah Sakit	3
3	Poliklinik/Balai Pengobatan	13
	Puskesmas Tanpa Rawat Inap	2
	Apotek	17
4	Tempat Ibadah	
	Masjid	55
	Musholla	55
	Gereja	4

Sumber : BPS Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022

Berdasarkan Tabel 9 dapat dijelaskan bahwa sarana dan prasarana di Kecamatan Pangkalan Kerinci terbagi atas 3 bagian, yaitu pendidikan, kesehatan dan tempat ibadah. Sarana dan prasarana pendidikan paling banyak pada jenjang pendidikan SD sebanyak 25 unit, lalu diikuti dengan SMP sebanyak 15 unit. Jumlah sarana jenjang pendidikan terkecil yaitu akademi/perguruan tinggi sebanyak 3 unit. Sarana kesehatan rumah sakit sebanyak 3 unit, poliklinik/balai

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

pengobatan sebanyak 13 unit, puskesmas tanpa rawat inap sebanyak 2 unit dan apotek sebanyak 17 unit. Adapun sarana tempat ibadah seperti masjid terdapat 55 unit, musholla sebanyak 55 unit, dan gereja sebanyak 4 unit.

4.7. Kondisi / Potensi Perikanan

Perikanan adalah suatu kegiatan perekonomian yang memanfaatkan sumber daya alam perikanan dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk kesejahteraan manusia dengan mengoptimalisasikan dan memelihara produktivitas sumber daya perikanan dan kelestarian lingkungan. Sumber daya perikanan dapat dipandanag sebagai suatu komponen dari ekosistem perikanan berperan sebagai faktor produksi yang diperlukan untuk menghasilkan suatu output yang bernilai masakini maupun masa mendatang.

Tabel 10. Sungai dan potensi perikanan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Tahun 2020.

Kecamatan	Sungai dan Potensi Perikanan Menurut Kecamatan				
	Jumlah	Luas	Panjang	Potensi Penangkapan (Ha)	Potensi Budidaya Keramba (Ha)
Pangkalan Kerinci	16,00	334,40	75,70	100,50	13,40

Sumber : BPS Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2021

Berdasarkan Tabel 10 dapat dijelaskan bahwa sungai dan potensi perikanan di Kecamatan Pangkalan Kerinci terbagi atas potensi penangkapan sebesar 100,50 Ha dan potensi budidaya keramba sebesar 13,40 Ha. Untuk jumlah sungai dan potensi perikanan sebesar 16,00% sedangkan untuk luas sebesar 334,40%.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Petani Ikan dan Pedagang Ikan Baung

Karakteristik seseorang menggambarkan suatu kondisi serta status orang tersebut. Struktur hubungan rantai pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan dianalisis berdasarkan lembaga yang membentuk rantai pemasaran dan peran dari setiap anggota. Karakteristik lembaga rantai pemasaran diamati dari beberapa variabel yang mungkin dapat memberikan gambaran tentang pelaku rantai pemasaran ikan baung yang meliputi : umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan tanggungan keluarga

5.1.1. Umur

Umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usaha, umur dapat dikaitkan sebai tolak ukur dalam melihat seseorang dalam bekerja, dengan kondisi umur yang produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2003)

Umur merupakan salah satu yang mempengaruhi aktivitas seseorang dalam bidang usahanya. Umumnya pengusaha yang usianya lebih muda kuat fisiknya dibanding dengan pengusaha yang lebih tua, dan begitu sebaliknya. Simanjuntak (1996) menyatakan bahwa penduduk usia 15-55 tahun termasuk kedalam usia produktif, dimana pada golongan ini akan lebih muda menerima inovasi yang didukung oleh kemampuan fisik dan kemampuan berfikir yang lebih baik.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Tabel 11. Distribusi Umur Anggota Rantai Pemasaran Ikan Baung Dalam Keramba Jaring Apung (KJA) di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

No	Umur (Tahun)	Petani		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%
1	33-36	5	10,00	1	20,00	4	33,33
2	37-40	7	14,00	2	40,00	1	8,33
3	41-44	7	14,00	1	20,00	2	16,66
4	45-48	15	30,00	1	20,00	1	8,33
5	49-52	4	8,00	-	-	1	8,33
6	53-56	5	10,00	-	-	2	16,66
7	57-60	7	14,00	-		-	
Jumlah		50	100,00	5	10,00	12	91,64
Rata-rata		46,34		41,2		33,45	

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa rata-rata umur anggota rantai pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan pada umumnya masih berada pada usia produktif yaitu antara 33-60 tahu, dengan rata-rata umur petani ikan baung sebesar 46 tahun. Petani ikan baung dominan berada pada kelompok umur 45-48 tahun dengan jumlah 15 jiwa atau 30,00% dan petani yang relatif sedikit yaitu berada pada kelompok umur 49-52 tahun yaitu sebanyak 4 jiwa atau 8,00%. Dengan demikian, petani ikan baung berada pada usia produktif, kondisi seperti ini dapat mempermudah petani dalam mengarahkan usahanya untuk lebih maju.

Pedagang pengumpul kisaran umur berada pada 36-41 tahun dengan rata-rata umur 41,2 tahun. Pedagang pengumpul yang beradua pada kisaran umur 30-35 tahun terdapat 1 jiwa, untuk umur 36-41 tahun terdapat 2 jiwa, dan sedangkan untuk pedagang pengumpul usia 42-47 dan usia 48-53 tahun terdapat 1 jiwa. Untuk pedagang pengecer kisara umur berada pada 36-41 tahun dengan rata-rata

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

33,45 tahun. Untuk pedagang pengecer yang berada pada kisaran umur 41-44 terdapat sebanyak 2 jiwa, sementara kisaran umur 33-36 merupakan yang terbanyak terdapat 4 jiwa, Hal ini sangan mendukung pada usia yang mereka jalankan yaitu sebangai pedagang ikan baung, yang membutuhkan tenaga yang lebih kuat dan keberanian dalam menghadapi resiko sebagai pedagang. Sementara untuk umur 42-47 terdapat 2 dan untuk umur 48-53 terdapat 3 jiwa.

5.1.2. Tingkat Pendidikan

Berhasil atau tidaknya pembangunan suatu daerah sangat dipengaruhi oleh sumber daya manusia yang dimilikinya. Semakin tinggi pendidikan akan meningkatkan sumber daya manusia yang dimiliki daerah tersebut. Demikian pentingnya peranan pendidikan, maka sudah sewajarnya pemerintah dan seluruh lapisan masyarakat memberikan perhatian yang besar pada bidang ini.

Pendidikan menggambarkan tingkat pengetahuan, wawasan dan pandangan seseorang. Seperti yang dikemukakan oleh Mosher (1987), bahwa pendidikan merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi keterampilan seseorang dalam mengelolah usahanya. Dalam penelitian ini pendidikan yang diambil sebagai patokan dalam pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh anggota rantai pemasaran ikan baung. Berikut data mengenai tingkat pendidikan anggota rantai pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan dilihat pada Tabel 12.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

Tabel 12. Lama Pendidikan Anggota Rantai Pemasaran Ikan Baung Dalam Keramba Jaring Apung (KJA) di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan,2022

No	Umur (Tahun)	Petani		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%
1	1-6 (SD)	15	30,00	1	20,00	4	33,33
2	7-9 (SMP)	20	40,00	2	40,00	3	25,00
3	1012 (SMA)	14	28,00	2	40,00	5	41,67
4	13-18 (D3-S1)	1	2,00	-	-	-	-
Jumlah		50	100	5	100,00	12	100,00
Rata-rata		9,12		9,6		7,4	

Berdasarkan Tabel 12, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani ikan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan berkisar dari 6 sampai 18 tahun dengan rata-rata 30,00%. Tingkat pendidikan petani ikan baung terbanyak tamatan SMP sebanyak 20 jiwa atau 40,00% sedangkan pendidikan petani dengan jumlah terendah yaitu pada rentang 13-18 tahun setara (D3-S1) berjumlah 1 jiwa atau 2,00%. Rata-rata pendidikan petani diperoleh sebesar 9 (setara SMP), artinya pendidikan formal petani ikan baung di kecamatan pangkalan kerinci tergolong rendah. Tinggi rendahnya petani ikan baung dapat mempengaruhi sikap dan keputusan yang akan diambil, terutama dalam menerapkan ide baru yang pada akhirnya berpengaruh terhadap pemasaran ikan baung yang akan lebih baik dan dapat meningkatkan pendapatan petani ikan baung. Untuk itu perlu adanya pendidikan non formal bagi sekitar petani ikan baung seperti penyuluhan dan pelatihan.

Tingkat pendidikan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dengan persentase tertinggi pada lama pendidikan 12 tahun yaitu 40,00 % (2 jiwa) dan

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

41,67% (5 jiwa). Dan tingkat pendidikan menengah usia 9 tahun untuk pedagang pengumpul yaitu 40,00% (2 jiwa) dan untuk pedagang pengecer 25,00% (3 jiwa). Sedangkan tingkat pendidikan terendah pada lama pendidikan 6 tahun untuk pedagang pengumpul yaitu 20,00% (1 jiwa) dan untuk pedagang pengumpul 33,33% (4 jiwa). Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer relatif tinggi.

5.1.3. Pengalaman Berusaha

Menurut Padmowihardjo (1999) pengalaman merupakan pengetahuan yang dialami seseorang dalam kurun waktu yang tidak ditentukan. Dengan meningkatkan pengalaman seseorang dalam berusaha, maka telah terjadi proses penambahan ilmu pengetahuan dan keterampilan serta sikap pada diri, sehingga dapat menunjang dalam mengembangkan diri dengan perubahan yang ada (Syafaruddin, 2008). Pengalaman kerja dapat memperdalam dan memperluas kemampuan kerja. Semakin sering seseorang melakukan pekerjaan yang sama, semakin terampil dan semakin dia menyelesaikan pekerjaan tersebut. Semakin banyak macam pekerjaan yang dilakukan seseorang, pengalaman kerjanya semakin kaya dan luas, dan memungkinkan peningkatan kinerja pekerjaannya (Simanjuntak, 2005).

Pengalaman pembudidayaan ikan baung merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan pengusaha dalam mengelola usahanya dengan hasil yang optimal, maka semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahanya.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menurut Siagian (2008), pengalaman kerja menunjukkan berapa lama seseorang bekerja pada masing-masing pekerjaan atau jabatan. Menurut Ranupandojo (2004), pengalaman kerja tentang ukuran lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas-tugas pada pekerjaannya dan telah melaksanakan dengan baik. Sehingga semakin lama pengalaman kerja seseorang maka semakin ahli dan terampil dalam mengerjakan tugasnya.

Tabel 13. Pengalaman Berusaha Petani dan Pedagang Ikan Baung Dalam Keramba Jaring Apung (KJA) di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

NO	Pengalaman Usaha Budidaya (Tahun)	Petani		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%
1	3-5	11	22,00	-	-	-	
2	6-8	15	30,00	2	40,00	3	25,00
3	9-11	9	18,00	2	40,00	4	33,34
4	12-14	5	10,00	1	20,00	3	25,00
5	15-17	6	12,00	-	-	2	16,66
6	18-20	2	4,00	-	-	-	-
7	21-23	2	4,00				
Jumlah		50	100,00	5	100,00	12	100,00
Rata-rata		9,62		8,8		8,86	

Berdasarkan Tabel 13 dapat dilihat bahwa pengalaman petani pada usaha budidaya ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan yang paling banyak berada pada interval 6-8 tahun, yaitu sebanyak 15 jiwa dengan persentase 30,00%. Rata-rata pengalaman usahatani diperoleh sebesar 10 tahun, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata petani sudah berpengalaman cukup lama dalam menjalankan usahanya sebagai petani ikan baung. Semakin lama petani menekuni usahanya makan akan semakin meningkat pula pengetahuan petani,

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

keterampilan serta pengalaman yang secara langsung akan mempengaruhi produksi dan pendapatan.

Pengalaman pedagang pengumpul dalam berusaha ikan baung yang paling banyak berada pada golongan 6-8 dan 9-11 yaitu sebanyak 2 jiwa dengan persentase 40,00%, sedangkan pengalaman usaha pedagang pengecer terbanyak terdapat pada golongan 9-11 tahun sebanyak 4 jiwa dengan persentase 33,34% dan pengalam usaha pedagang pengecer yang paling sedikit pada golongan 15-17 tahun yaitu 2 jiwa dengan persentase 16,66%. Berdasarkan data tersebut bahwa pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sudah berpengalaman.

Pengalaman berusaha merupakan faktor penting yang harus dimiliki petani maupun pedagang dalam meningkatkan produktivitas dan kemampuan kerjanya dalam menjalankan usahanya. Semakin lama petani maupun pedagang menekuni usahanya maka semakin meningkat pula pengetahuan dan keterampilannya dalam mengelola usahanya tersebut.

5.1.4. Tanggungan Keluarga

Besar kecilnya tanggungan keluarga akan sangat erat kaitannya dengan pendapatan petani. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga memecu petani untuk selalu meningkatkan pendapatan demi memenuhi kebutuhan keluarganya, sebaliknya kecil jumlah tanggungan keluarga akan dapat memberikan gambaran hidup lebih sejahtera bagi petani, apabila usaha taninya berhasil dengan baik (Rizal, 2016).

Jumlah tanggungan keluarga merupakan total dari jumlah keluarga yang terdiri dari kepala keluarga atau suami, istri, anak dan tanggungan lainnya.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dimana seluruh kebutuhan hidupnya masih ditanggung oleh kepala keluarga. Besar kecilnya jumlah tanggungan keluarga akan berhubungan dengan jumlah pendapatan dan pengeluaran rumahtangga. Semakin besar jumlah anggota keluarga maka semakin memicu petani untuk selalu meningkatkan produksi ikan baung dan pendapatan demi memenuhi kebutuhan keluarganya. Adapun distribusi jumlah tanggungan keluarga petani ikan baung disajikan pada Tabel.

Tabel 14. Tanggungan Keluarga dan Pedagang Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

NO	Jumlah Tanggungan Keluarga (jiwa)	Petani		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%
1	2-3	11	22,00	2	40,00	6	50,00
2	4-5	33	66,00	3	60,00	5	41,67
3	6-7	6	12,00	-	-	1	8,33
Jumlah		50	100,00	5	100,00	12	100,00
Rata-rata		4,12		3,8		2,86	

Berdasarkan pada Tabel 14 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga anggota rantai pemasaran ikan baung. Jumlah tanggungan anggota petani ikan baung terbanyak berada pada golongan 4-5 jiwa yaitu sebanyak 33 orang dengan persentase 60,00%, jumlah anggota keluarga menengah ada pada golongan 2-3 jiwa yaitu sebanyak 11 orang dengan persentase 40,00% sedangkan untuk jumlah anggota keluarga petani ikan baung yang paling sedikit berada pada golongan 6-7 jiwa yaitu sebanyak 6 orang dengan persentase 12,00%. Rata-rata tanggungan keluarga petani ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci sebanyak 4 orang, dalam hal ini, jumlah tanggungan keluarga petani ikan baung secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul ikan baung yang tertinggi di daerah penelitian berada pada golongan 3-4 orang yaitu sebanyak 3 orang dengan persentase 60,00% dan untuk jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul yang terendah berada pada golongan 1-2 jiwa yaitu sebanyak 2 orang dengan persentase 40,00%. Sedangkan untuk jumlah tanggungan keluarga pedagang pengecer ikan baung tertinggi pada golongan 2-3 jiwa yaitu sebanyak 6 orang dengan persentase 50,00%, dan untuk jumlah tanggungan keluarga pedagang pengecer ikan baung terendah terdapat pada golongan 6-7 yaitu 1 jiwa dengan persentase 8,33%.

Semakin besar jumlah tanggungan keluarga, maka beban ekonomi keluarga juga akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa petani harus berusaha meningkatkan pendapatan sehingga kebutuhan rumah tangga dapat terpenuhi.

5.2. Lembaga, Saluran dan Fungsi Pemasaran Ikan Baung

5.2.1. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran merupakan orang, badan atau organisasi yang termasuk atau terlibat dalam proses pemasaran suatu produk dari produsen ke konsumen. Jalur yang dilewati dalam memasarkan suatu barang disebut rantai pemasaran. Rantai pemasaran yang menyampaikan suatu barang atau produk ke konsumen ada yang sangat panjang dan ada juga yang pendek. Hal ini dapat terjadi pada produk yang sama maupun pada produk yang lain.

Lembaga pemasaran menentukan bentuk saluran pemasaran. Lembaga-lembaga pemasaran ini juga dapat berupa pedagang pengumpul dan pedagang

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

pengecer. Dilihat dari penerapan teori pasar dan distribusi menimbulkan pengkajian pemasaran dan beberapa pendekatan yaitu berupa pendekatan kelembagaan, pendekatan fungsi dan pendekatan barang (Assauri, 2007).

Sistem pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci tidak terlepas dari peran lembaga-lembaga pemasaran yang mengambil bagian dalam kegiatan pemasaran lembaga pemasaran terdiri atas petani ikan, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Masing-masing lembaga pemasaran mempunyai peran penting dalam memasarkan ikan baung.

1. Petani

Petani merupakan produsen ikan baung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 50 petani yang menjadi sampel, dimana petani tersebut menjual hasil produksi ikan baung ke pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

2. Pedagang pengumpul

Pedagang pengumpul adalah yang melakukan aktivitas membeli ikan baung dari petani untuk kemudian dijual pada pedagang pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua pedagang yaitu terdiri dari pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul menjual ikan baung ke petani untuk dijual kepedagang pengecer yang ada di pasar Panglakan Kernci.

3. Pedagang Pengecer

Pedagang yang membeli ikan baung dari petani dan pedagang pengumpul untuk dijual ke konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang pengecer membeli ikan baung dari petani untuk dijual ke konsumen atau langsung ke pasar yang ada di Kecamatan Pangkalan Kerinci.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

4. Konsumen

Konsumen merupakan orang yang membeli ikan baung dari pedagang pengecer untuk konsumen.

5.2.2. Saluran Pemasaran

Jalur dan lembaga-lembaga pemasaran yang dapat menyalurkan suatu barang dari produsen yang saling bekerja sama untuk menciptakan tujuan. Mencapai pasaran yang telah ditentukan merupakan suatu tujuan saluran pemasaran. Adanya pola saluran pemasaran ini akan mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran dan juga besar kecilnya biaya harga yang dibayar konsumen.

Saluran pemasaran ikan baung yang terdapat di Kecamatan Pangkalan Kerinci yaitu petani menjual ke pedagang pengumpul yang datang langsung ke keramba, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer yang berada di pasar kota dan seterusnya pedagang pengecer menjual langsung ke konsumen yang berada di pasar. Saluran pemasaran ini disebut saluran tidak langsung karena menggunakan perantara pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan baru sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran ikan baung yang terdapat di Kecamatan Pangkalan Kerinci dapat dilihat pada Gambar 4.

Gambar 4. Saluran Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan 2022.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Pada Gambar 4 dapat dilihat saluran pemasaran ikan baung yang terdapat di Kecamatan pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan terdapat 50 orang petani ikan baung yang mana petani ikan menjual hasil produksi ikannya langsung ke pedagang pengumpul dengan harga beli Rp. 54.000/Kg dengan biaya transportasi ditanggung sendiri oleh pedagang pengumpul. Lalu pedagang pengumpul menjual ikan baung yang dibelinya dari petani ke pedagang pengecer dengan harga sebesar Rp. 64.000/Kg dan pedagang pengecer menjual ikan baungnya ke konsumen yang berada di pasar kota yang terletak di Kecamatan pangkalan Kerinci dengan harga sebesar Rp. 85.000/Kg.

5.2.3. Fungsi-fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran bekerja dalam lembaga pemasaran atau struktur pemasaran yang berperan dalam menyalurkan ikan baung. Tugas lembaga pemasaran adalah menyalurkan fungsi-fungsi pemasaran. Menjual barang tidak hanya menjadi fungsi pemasaran, melainkan harus mencakup segala fungsi dan tugas yang sangat luas. Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang mencakup pendistribusian barang dan jasa mulai dari produsen hingga ke konsumen.

Fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran atau struktur pemasaran, atau dengan kata lain pemasaran ini harus ditampung dan dipecahkan oleh produsen dan mata rantai saluran barang-barang, dan lembaga lain yang terlibat dalam proses pemasaran. Di dalam sistem pemasaran terdapat lembaga pemasaran yang mempunyai peranan penting dalam memperlancar fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi tersebut adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Fungsi pertukaran meliputi kegiatan-kegiatan yang dapat memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi pertukaran terdiri dari fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi fisik meliputi tindakan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu. Fungsi fasilitas terdiri dari *standarisasi* dan *grading*, fungsi penanggung resiko, pembiayaan dan fungsi informasi pasar. Adapun fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 15. Fungsi-fungsi Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran			
	Petani	Pedagang Pengumpul	Pedagang Pengecer	Konsumen
Fungsi Pertukaran				
- Penjualan	√	√	√	
- Pembelian		√	√	√
Fungsi Fisik				
- Penyimpanan		√		
- Pengangkutan		√	√	
Fungsi Fasilitas				
- Standarisasi	√	√	√	√
- Penanggungan Resiko		√	√	
- Pembiayaan	√	√	√	√
- Informasi Pasar	√	√	√	√

Keterangan : - = Tidak Melakukan Kegiatan Fungsi Pemasaran

√ = Melakukan Kegiatan Fungsi Pemasaran

1. Fungsi Pertukaran

a. Petani

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani ikan baung di Kecamatan Pangkalan kerinci yaitu :

- Fungsi Penjualan

Dalam melakukan fungsi penjualan, petani ikan baung sangat memperhatikan kualitas, kuantitas, bentuk dan waktu yang ditentukan oleh pedagang pengumpul maupun sesuai dengan kesepakatan bersama. Selain itu fungsi penjualan menjadi titik penentu harga pasar.

Fungsi penjualan merupakan pengalihan barang dari penjual kepada pembeli. Pedagang pengumpul memasarkan ikan baung kepada pedagang pengecer, dan pedagang pengecer menjual ikan baung ke konsumen. Dari hasil penelitian penjualan dilakukan langsung oleh petani ikan baung dalam bentuk ikan baung segar kepada pedagang pengumpul yang datang langsung ke keramba petani, setelah pedagang pengumpul telah selesai melakukan pembelian dengan jumlah yang dikehendaki telah cukup, maka ikan baung dijual kepada pedagang pengecer, dan pedagang pengecer membawa ikan baung tersebut ke pasar dan menjualnya ke konsumen.

b. Pedagang Pengumpul

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci yaitu ;

- Fungsi pembelian

Fungsi pembelian dilakukan oleh pedagang pengumpul dimana kegiatan transaksi jual beli antara petani dengan pedagang pengumpul terjadi secara langsung di daerah pembudidaya ikan baung tersebut. Fungsi pembelian pada

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

umumnya diawali dengan aktivitas mencari produk mengumpulkan dan negosiasi harga. Pedagang pengumpul biasanya membeli ikan kepada petani ikan baung yang sebelumnya telah bekerja sama, lalu terjadilah negosiasi harga setelahnya baru ditetapkan harga beli ikan baung atas kesepakatan bersama. Transaksi yang digunakan adalah transaksi secara tunai, artinya ketika ikan baung telah berada ditangan pedagang maka pedagang langsung memberi uang secara tunai.

- Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan yang dilakukan yaitu pedagang pengumpul mendistribusikan ikan baung kepada pedagang pengecer secara langsung sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan, ada pula pedagang pengecer yang datang langsung ke pedagang pengumpul untuk membeli ikan baung.

c. Pedagang Pengecer

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan adalah :

- Fungsi Pembelian.

Pedagang pengecer biasanya membeli ikan baung kepada pedagang pengumpul ikan baung yang sebelumnya telah bekerja sama, ada juga pedagang pengumpul langsung mendistribusikan kepada pedagang pengecer di pasar, kalau terjadi negosiasi harga setelahnya baru ditetapkan harga beli ikan baung atas kesepakatan kedua belah pihak.

- Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan yang dilakukan yaitu pedagang pengecer ikan baung secara langsung menjual ikan baung kepada konsumen akhir, dengan harga yang

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

telah ditetapkan maupun harga negosiasi antara penjual pengecer ikan baung dan konsumen.

2. Fungsi Fisik

a. Petani

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh konsumen ikan baung tidak melakukan penyimpanan karena yang akan membeli langsung kepada petani.

b. Pedagang pengumpul

1. Fungsi pengangkutan merupakan biaya transportasi yang telah memainkan peran yang luar biasa dalam memasarkan produk pertanian. Biaya transportasi terendah dari lokasi produksi akan menentukan keunggulan komparatif suatu produk pertanian. Biaya pengangkutan dan transportasi sepenuhnya ditanggung oleh pedagang pengumpul, setelah harga beli ikan baung disepakati dengan petani ikan baung.
2. Fungsi penyimpanan erat kaitannya di dalam penyelenggaraan rantai pemasaran, dimana agar produk pertanian tertentu selalu tersedia dalam volume transaksi dan waktu yang diinginkan, sebelum didistribusikan ke pedagang pengecer, biasanya pedagang pengumpul menyimpan ikan baung ditempat (tong) yang dimiliki oleh pedagang pengumpul.

c. Pedagang Pengecer

1. Fungsi penyimpanan yang dilakukan pedagang pengecer yaitu jika ikan yang dijual hari ini tidak habis maka ikan disimpan dan dijual keesokan harinya
2. Fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang pengecer mulai dari pembelian ikan baung, penyimpanan, sewa tempat, sampai penjualan kepada

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

pedagang pengecer menggunakan biaya sendiri dan dilakukan dengan pembayaran secara langsung.

3. Fungsi Fasilitas

a. Petani

- Penanggung resiko ditingkat petani sepenuhnya menjadi tanggung jawab petani ikan baung. Resiko yang dihadapi petani ikan baung risiko harga yang berfluktuasi, kematian yang disebabkan oleh penyakit yang menyerang ikan baung dan cuaca yang kurang mendukung terhadap kualitas ikan baung itu.
- Informasi pasar yang dilakukan petani adalah petani mengetahui perkembangan harga yang diperoleh dari pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, karena tingkat harga yang berlaku pada saat terjadi proses jual beli akan langsung menentukan tingkat penerimaan petani.

b. Pedagang Pengumpul

- Penanggung resiko di tingkat pedagang pengumpul sepenuhnya menjadi tanggung jawab pedagang pengumpul itu sendiri.resiko yang dihadapi pedagang pengumpul adalah harga yang berfluktuasi, dan terdapat ikan baung yang rusak, lemah bahkan mati yang akibat pemindahan dari keramba ke tempat bak pengangkut yang menyebabkan pedagang pengumpul mengalami kerugian.
- Fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul mulai dari pembelian ikan baung kepada petani, pengangkutan, penyimpanan sampai kepada menjual kepada pedagang pengecer menggunakan biaya sendiri dan melakukan pembayaran secara langsung.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Informasi pasar yang dilakukan oleh pedagang pengumpul yaitu mencari tentang harga pasar, permintaan pasar, serta stok ikan baung di pasar. Sehingga dalam usahanya pedagang pengecer dapat menentukan harga ditingkat petani ikan baung atau harga jual kepada pedagang pengecer.

c. Pedagang Pengecer

- Fungsi pembelian yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu dengan cara transaksi jual beli antara pedagang pengecer dengan petani maupun pada pedagang pengumpul. Setelah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer bertemu maka disitulah transaksi terjadi. Mulailah pedagang pengecer menimbang banyaknya ikan baung yang didapat dari pedagang pengumpul dan memberitahukan harga ikan baung terkini. Didalam proses transaksi maka pembayaran yang dilakukan adalah secara tunai. Harga ikan baung yang dibayar ke tangan pedagang pengumpul yaitu sebesar Rp. 50.000 hingga sampai Rp. 55.000/Kg.
- Fungsi penjualan yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu menjual kembali ikan baung yang sudah dibeli di tangan pedagang pengumpul. Ada beberapa pengusaha pedagang ikan baung yang langsung mengantar ke lapak pedagang pengecer yang berada di pasar karena sebelumnya telah terbiasa menjual kepada pedagang pengecer tersebut. Pedagang pengecer membayar ikan baung dengan harga sebesar Rp. 50.000 hingga sampai Rp. 55.000/Kg. Akan tetapi harga jual yang dilakukan pedagang pengecer ke consume sebesar Rp. 80.000/Kg.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Fungsi standarisasi yang dilakukan oleh pedagang pengecer dilihat dari kriteria besar kecilnya ikan baung tersebut.
- Fungsi penanggung resiko yang dihadapi oleh pedagang pengecer ditanggung oleh pedagang itu sendiri dengan jenis resiko yaitu ikan baung mati akibat ph air yang berubah Informasi pasar yang dilakukan pedagang pengecer yaitu untuk dapat diketahui mengenai perubahan harga yang terjadi di pasar, permintaan pasar serta stok ikan baung di pasar. Sehingga dalam usahanya pedagang pengecer dapat menentukan harga yang didapat dari pedagang pengumpul ataupun harga jual kepada konsumen.

5.3. Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi, dan *Farmer's Share* Ikan Baung.

5.3.1. Biaya Pemasaran

Biaya adalah pengorbanan yang dapat diduga sebelumnya dan dapat dihitung secara kualitatif dan secara ekonomis tidak dapat dihindarkan dan berhubungan dengan suatu produk tertentu. Dalam hal memasarkan ikan baung, petani tidak mengeluarkan biaya, karena ikan dibeli langsung oleh pedagang pengumpul kelokasi usaha pembudidayaan petani tersebut.

Proses pemasaran ikan baung tentunya berkaitan dengan pembiayaan. Tinggi rendahnya biaya pemasaran akan berpengaruh terhadap harga ditingkat produsen dan konsumen. Biaya pemasaran dalam penelitian ini merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang ikan baung selama proses pemasaran berlangsung. Biaya yang dikeluarkan adalah biaya, transportasi, bongkar muat, dan sewa tempat. Untuk lebih jelasnya mengenai biaya dalam pemasaran ikan baung dapat dilihat pada Tabel 16.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Tabel 16. Analisis Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi Pemasaran dan *Farmer's Share* Pemasaran Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

No	Uraian	Saluran	
		Biaya (Rp/Kg)	(%)
1	**Petani**		
	Harga Jual Ikan Baung	54.000	
	Farmer's Share		6,75
2	**Pedagang Pengumpul**		
	Biaya Pemasaran		
	a. Harga Beli	54.000	
	b. Biaya Transportasi	949,52	
	c. Biaya Bongkar Muat	515,71	
	Jumlah Biaya Pemasaran	1.465,2	
	Keuntungan	9.441	
	Margin	10.000	12,5
	Harga Jual	64.000	
3	**Pedagang Pengecer**		
	Biaya Pemasaran		
	a. Harga Beli	64.000	
	b. Biaya Plastik	216	
	c. Biaya Tempat	880	
	d. Biaya Transportasi	787	
	e. Biaya Pengangkutan	729	
	Jumlah Biaya Pemasaran	2.612	
	Keuntungan	13.904	
	Margin	15.000	18,75
	Harga Jual	80.000	
4	Total Biaya Pemasaran	1.655	
	Total Margin Pemasaran	26.000	
	Efesiensi Pemasaran		2,07

Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan petani ikan tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena setelah ikan baung dipanen pedagang pengumpul yang telah bekerjasama sebelumnya langsung datang ke tempat petani ikan melakukan transaksi jual beli dengan harga yang telah disepakati bersama yaitu harga jual petani ikan ke pedagang pengumpul sebesar Rp. 54.000/kg untuk harga jual pedagang pengumpul ke pedagang pengecer sebesar Rp. 64.000/kg

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

sedangkan harga jual pedagang pengecer ke konsumen sebesar Rp. 80.000/kg. Selanjutnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dalam proses pemasaran ikan baung yaitu biaya transportasi sebesar Rp. 959,52/kg, biaya bongkar muat sebesar Rp. 515,71/kg. Keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 9.441/kg sedangkan untuk margin yang diperoleh sebesar Rp. 10.000/kg. Untuk pedagang pengecer keuntungan yang didapat Rp. 13.904/kg dan margin yang didapat sebesar Rp. 15.000/kg. Keuntungan dan margin yang diperoleh oleh pedagang pengecer lebih besar dari pedagang pengumpul. Total biaya pemasaran dalam pemasaran ikan baung yaitu Rp. 1.655/kg dan total margin pemasaran Rp. 26.000/kg. Sedangkan untuk efisiensi pemasaran sebesar 2,07%.

5.3.2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima petani ikan baung. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang terjadi di setiap lembaga-lembaga pemasaran. Besarnya margin pemasaran ditentukan oleh besarnya biaya pemasaran yang terjadi dan keuntungan yang diambil di setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Margin pemasaran terbesar terdapat pada pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 15.000/Kg dan pedagang pengumpul yaitu Rp. 10.000/Kg.

5.3.3. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin dan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan ikan tersebut. Pada Tabel 16. Memperlihatkan bahwa keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 9.441/Kg,

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

sedangkan keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer sebesar Rp. 13.904/Kg. hal ini memperlihatkan bahwa keuntungan terbesar terdapat pada pedagang pengecer ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

5.3.4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya pemasaran terhadap nilai produk, untuk memperlancar arus barang dari pedagang ke konsumen, maka salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah memiliki saluran yang tepat dan efisien. sistem pemasaran akan efisien jika memenuhi dua syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil produksi dari produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari seluruh harga yang dibayarkan konsumen kepada semua pihak yang terlibat pada kegiatan produksi dan pemasaran tersebut.

Salah satu untuk melihat tingkat keberhasilan pemasaran adalah dengan mengetahui tingkat efisiensi dari setiap saluran yang ada dalam pemasaran. Menurut Puspitawati dan Wardanu (2013) menjelaskan bahwa sistem pemasaran semakin efisien apabila kerja lembaga-lembaga yang terlibat juga efisien sehingga semua pihak juga akan semakin mendapatkan keuntungan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat efisien pemasaran adalah dengan mengunakan pendekatan perhitungan margin pemasaran dan *Farmer's Share*.

Sistem pemasaran yang efisien juga dapat dilihat dari besarnya rasio biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan atau harga ditingkat konsumen. Semakin rendah rasio biaya dengan harga ditingkat petani

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

mengindikasikan sistem rantai pemasaran semakin efisien. Demikian juga dengan sebaliknya bahwa semakin besar rasio biaya pemasaran dengan harga ditingkat konsumen makan sistem pemasaran semakin tidak efisien. Konsep ini menekankan kepada besar kecilnya biaya pemasaran sebagai ukuran efisiensi sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran ikan baung di daerah penelitian adalah sebesar 2,07%.

5.3.5. *Farmer's Share*

Farmer's Share merupakan indikator efisiensi pemasaran selain margin pemasaran. Indikator ini untuk mengetahui hasil pembagian harga yang diterima oleh petani ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci dibandingkan dengan harga konsumen akhir dan dinyatakan dalam persentase (%). *Farmer's Share* memiliki hubungan negatif dengan margin pemasaran dimana semakin tinggi margin pemasaran dimana semakin tinggi margin pemasaran, maka bagian yang diperoleh petani semakin rendah.

Bagian yang diterima oleh petani merupakan rasio antara harga yang diterima produsen dan harga yang dibayarkan konsumen akhir. Pada sistem pemasaran ikan baung yang ada di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan bagian yang diterima petani yaitu 6,75%. Jika dilihat dari segi harga yang dibayar konsumen, maka harga tertinggi dibayarkan konsumen terdapat pada pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 80.000

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai pemasaran ikan baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Rata-rata umur pengusaha ikan baung yaitu 46 tahun, untuk pedagang pengumpul yaitu 41 tahun, dan untuk pedagang pengecer yaitu 33 tahun. Sedangkan untuk tingkat pendidikan pengusaha memiliki rata-rata 9 tahun atau setara dengan SMA, untuk pedagang pengumpul rata-rata 9 tahun atau sama dengan setara dengan SMA, dan untuk pedagang pengecer yaitu 7 tahun atau sama dengan SMP. Pengalaman berusaha petani ikan baung yaitu 9 tahun, untuk pedagang pengumpul 8 tahun, dan untuk pedagang pengecer yaitu 8 tahun.
2. Lembaga dan saluran yang terlibat dalam saluran pemasaran ikan baung di Kecamatan pangkalan Kerinci yaitu pengusaha ikan, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran yang terlibat yaitu fungsi penjualan, fungsi pembelian, fungsi penyimpanan, fungsi pengangkutan, fungsi standarisasi, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar
3. Harga ikan baung di tingkat pengusaha adalah Rp.54.000/Kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang adalah Rp. 1.655,00/Kg, dengan harga jual sebesar Rp. 80.000/Kg. Keuntungan yang diperoleh pedagang

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

sebesar Rp. 13.904/Kg. *Farmer's Share* sebesar 6,75%. Margin pemasaran sebesar Rp. 25.000% dan efisiensi pemasaran sebesar Rp. 2,07%.

6.2. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Perlu meningkatkan prasarana/sarana transportasi dan meningkatkan aksesibilitas petani ikan baung. Kebijakan ini juga perlu ditunjukkan dengan menyediakan fasilitas kepada pengusaha ikan baung dan pedagang (untuk modal), sehingga antara pengusaha dan pedagang tidak terikat dengan pinjaman kepada pedagang tertentu.
2. Perlu penyediaan informasi tentang harga ikan baung yang berlaku di tingkat petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Sehingga posisi tawar menawar lebih kuat untuk meningkatkan harga ikan baung di Desa Kuala Terusan dan Desa Rantau Baru yang terletak di Kecamatan pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.
3. Bagi pembaca : Dengan adanya penelitian ini dapat sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya yang menyangkut tentang pemasaran ikan baung, dan penelitian selanjutnya dapat menggunakan analisis yang lain.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DAFTAR PUSTAKA

Alatas. A. 2022. Analisis Pemasaran Ikan Nila Merah di Desa Tebing Tinggi Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan singingi. Jurnal Green Swarnadwipa, 11 (1) : 61-72.

Al-Qur'an surah An-nahl ayat 14 Al-Qur'an dan terjemah.

Al-Qur'an Surah An-nisa ayat 29 Al-Qur'an dan terjemah.

Al-Qur'an Surah Asy Syu'ara ayat 183 Al-Qur'an dan terjemah.

Ardi, I. 2013. Budidaya Ikan Sistem Keramba Jaring Apung Guna Menjaga Keberlanjutan Lingkungan Perairan Waduk Cirata. Media Akuakultur. 8(1) : 23-29.

Asmarantaka, R W. 2012. Pemasaran Agribisnis. Modul Kuliah. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB.

Assauri, S. 1993. Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi 4. Lembaga Penerbit FE UI. Jakarta.

Assauri, S. 2007. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers, Jakarta.

Badan Pusat Statistik. 2021. Pangkalan Kerinci Dalam Angka. Kecamatan Pangkalan Kerinci, Pelalawan.

Boyd. C.E. 1982. Water Quality Management For Pond Fish Culture. Department Of Fisheries and Allied Aquaculture. Auburn University Alabama. Agricultural Experiment Station.

Budiman, K. 2003. Semiotika Visual. Penerbit Buku Baik, Yogyakarta.

Daniel, M .2002. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Bumi Aksara, Jakarta.

Darmawati, D. 2005. Hubungan Corporate Governance Dan Kinerja Perusahaan. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, 8 (1) : 65-81.

Darus. 2018. Analisis Pemasaran Padi Sawah di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Jurnal Agribisnis, 20 (1) : 120-125.

Djangkaru, Z. 2004. Memacu Pertumbuhan Gurami. Penebar Swadaya, Jakarta.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Djokopranoto, R, E. 2003. Manajemen Persediaan. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.

Erlangga.2006. Analisis Histologi Ginjal Ikan Baung (*Hemibagrus nemurus*) yang terindikasi pencemaran di perairan sungai Kampar Provinsi Riau. Jurnal Berkala perikanan Terubuk, halaman 1-4.

Erlangga.2007. Efek Pencemaran Perairan Sungai Kampar di Provinsi Riau Terhadap Ikan Baung (*Hemibagrus nemurus*).Tesis. Pascasarjana.Institut Pertanian Bogor. Bogor. [Tidak dipublikasi].

Ferdinand, T. 2000. Manajemen Pemasaran. Program MM UNDIP, Semarang.

Gumilar, I. 2019. Analisis Pemasaran Ikan Cardinal Tetra *(Paracheirodon axelrodi)* Studi Kasus di Kelompok Pembudidaya Ikan Tetra Abadi Kecamatan Bojongsari Kota Depok. Jurnal Perikanan dan Kelautan. 9 (2) : 119-128.

Hanafiah dan Saefudin. 1986. Tata Niaga Perikanan. Universitas Indonesia Press, Jakarta.

Hanafiah, M dan Saefuddin. 2006. Tataniaga Hasil Perikanan. Indonesia Universitas Press, Jakarta.

Hasyim, A, I. 2012. Tataniaga Pertanian. Buku Ajar Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar lampung. 253 halaman.

Husein dan Umar. 2013. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta, Rajawali.

Indrajit R.E, Djokopranoto R. 2003. Konsep Manajemen Rantai Pemasaran. Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang. PT Grasindo, Jakarta.

Indriantoro, N dan Bambang. 2013. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. FEB Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Istiyanti, E. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. Mapeta, 12 (2) : 116-124.

Kartasapoetra, A.G. 1994. Teknologi Penanganan Pasca Panen. Rineka Cipta: Jakarta.

Khairuman dan K, Amri. 2008. Klasifikasi Ikan Baung. Agromedia Pustaka: Jakarta.

Kohls, RL dan Uhl, JN. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. New York (USA), Macmillan Publishing Company.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Kordi, K.M.G.H. 2013. Budidaya Ikan Nila di Kolam Terpal. Lily Publisher, Yogyakarta.

Kotler P, 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi kesepuluh. Hendra. T dan Roni. A. R. (Penerjemah). PT Macanan Jaya Cemerlang, Jakarta.

Kotler P, dan Keller KL. 2003. Manajemen Pemasaran. Edisi 11, Molan B, Penerjemahan. PT. Indeks. Terjemah Dari: Marketing Management, Jakarta.

Kotler, P.1997. Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu. Prentice Hall, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2006, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12, Terjemahan: Bob Sabran, M.M. Erlangga, Jakarta.

Kuncoro, E.B. 2010. Ensiklopedia Populer Air Tawar. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Kuncoro, S. 2014. Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Pengangguran, dan Pendidikan Terhadap Tingkat Kemiskinan di Provinsi Jawa Timur Tahun 2009-2011. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. [Tidak dipublikasi].

Mosher AT. 1987. Menggerakkan dan membangun pertanian syarat-syarat pokok pembangunan dan modernisasi. Terjemahan dari: Getting agriculture moving: CV Yasaguna, Jakarta.

Mulyadi. 2005. Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajeme. Salemba Empat, Jakarta.

Mulyadi. 2007. Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen. Salemba Empat, Jakarta.

Mulyadi. 2012. Akuntansi Biaya. Edisi ke-5. Cetakan Kesebelas. STIM YKPN, Yogyakarta

Oentoro. 2010. Manajemen Pemasaran Modern. PT Laksbang Pressindo, Yogyakarta.

Padmowihardjo, S. 1999. Psikologi Belajar Mengajar. Universitas Terbuka, Jakarta.

Persatuan Ahli Gizi Indonesia. 2017. Tabel Komposisi Pangan Indonesia. Direktorat Jenderal Kesehatan Masyarakat, Jakarta.

Ranupandojo. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia. BPFE, Yogyakarta.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU PEKANBARU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Rizal, A. 2016. Analisis Usaha Tani Dan Pemasaran Bawang Merah Di Desa Sungai Geringging Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar [Skripsi]. Universitas Islam Riau, [Tidak Dipublikasikan].

Rukmini. 2012. Teknologi Budidaya Biota Air. Cetakan I. Karya Putra Darwati: Bandung.

Santoso. 2003. Diversifikasi Pertanian. Dalam Memproses Laju Pembangunan Nasional. Hasil Kompernas X Perhimpunan Ekonomi Pertanian (PERHEPI). Jakarta. 1989. Pustaka Sinar Harapan Jakarta.

Siagian, S.P 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi. Pertama). Binapura Aksara, Jakarta

Simanjuntak, P. J. 2005. Manajemen dan Evaluasi Kinerja, Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Soekaerawi, 1995. Analisis Usahatani. UI Press, Jakarta

Soekartawi, Effi dan Rusmadi, 1993. Resiko dan Ketidakpastian dalam Agribisnis: teori dan aplikasi. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Soekartawi. 1996. Pembangunan Pertanian. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Soekartawi. 1999. Agribisnis, Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Soekartawi. 2002. Pembangunan Pertanian. PT, Raja Grafindo Persada, Jakarta

Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Soepomo, G. 1997. Kekalahan Manusia Petani. Kanisius, Yogyakarta.

Song, X dan Michael E Parry. 1997. "*The Determinants of Japanese New Product Success", Journal of Marketing Research*,. XXXIV (1) 64-76.

Sudana. 2019. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Senggalang Kabupaten Buleleng. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 11 (2) 84-93.

Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. (UMM Press), Malang.

Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah, Malang.

Sumaya, 2019. Analisis Pemasaran Ikan Patin (*Pangasius*) di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Skripsi. Universitas Islam Riau. [Tidak Dipublikasikan].

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Suratiyah, K. 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.

Susanto, H dan Amri. 2002. Budidaya Ikan Patin. Penebar Swadaya, Jakarta.

Susanto. 1996. Strategi untuk Meningkatkan Citra Tempe Sebagai Makanan "Unggulan" Indonesia Masa depan. UNIBRAW, Malang.

Swastha. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Syafaruddin, A. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi Keunggulan Kompetitif. BPFE, Yogyakarta.

Syahputra D, 2020. Analisis Pemasaran Ikan Bandeng di Desa Mallari Kecamatan Awangpone Kabupaten Bone. Skripsi. Universitas Muhammadiah, Makassar. [Tidak dipublikasi].

Tompodung, E. 2016. Analisis Pemasaran Ikan Mujair di Kecamatan Eris Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 4 (4): 279-290.

Tsani, 2018. Analisis Pemasaran Ikan Patin di Desa Koto Tibun Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. Skripsi. Universitas Islam, Riau. [Tidak Dipublikasikan].

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Petani Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan (tahun)	Pengalaman Berusaha (Tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga (jiwa)
1	Fahruddin	55	12	5	5
2	Ncu Arfan	52	6	10	5
3	Jon	45	9	6	4
4	Surya	62	9	16	3
5	Hengki	48	18	5	6
6	Rahman	46	12	7	4
7	Tarmizi	46	12	7	5
8	Khairun	39	6	4	5
9	Samri	35	9	8	4
10	Nurzalinda	38	9	17	5
11	Asep	48	9	11	5
12	Pandi	45	6	19	4
13	Andi	37	9	7	4
14	David	38	12	3	5
15	Riduan	34	9	6	4
16	Joko	41	6	8	4
17	Udin	53	6	14	5
18	Naldi	58	9	11	3
19	Agus	46	12	9	6
20	Bayu	38	12	4	3
21	Dani	56	6	10	4
22	Putra	38	9	6	4
23	Musliadi	42	6	12	6
24	Rafi	33	9	4	2
25	Adam	47	9	8	4
26	Syahrial	45	9	12	6
27	Mahmud	48	9	6	3
28	Purnomo	60	6	24	2
29	Arya	46	12	8	4
30	Taufik	48	9	3	4
31	Riski	49	12	12	2
32	Tomi	58	9	15	4
33	Ucok	42	6	10	6
34	Amat	50	6	10	4
35	Tono	43	9	5	4
36	Sutrisno	46	12	5	4
37	Galih	43	9	8	5
38	Misdi	57	9	17	4
39	Anto	33	12	4	2
40	Erwin	46	12	9	4
41	Ratno	56	6	16	2
42	Adi	39	12	3	5
43	Atan	57	6	19	3
44	Dedi	43	6	16	4
45	Doli	35	9	4	2
46	Fajar	47	12	6	4
47	Ilham	58	12	21	4
48	Iwan	55	6	13	4
49	Hendi	44	9	10	5
50	Supri	49	6	5	6
Jumlah		2317	456	478	206
Rata-rata		46,34	9,12	9,56	4,12

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Lampiran 2. Identitas Pedagang Pengumpul Menurut Umur, Jenis Kelamin, Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Pengalaman Berusaha di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

No Sampel	Umur	Jenis Kelamin (P/L)	Pendidikan (Tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	Pengalaman (Tahun)
1	52	L	12	4	6
2	44	L	6	5	9
3	33	L	9	2	6
4	37	L	9	3	10
5	40	L	12	5	13
Jumlah	206		48	19	44
Rata-rata	41,2		9,6	3,8	8,8

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Lampiran 3. Identitas Pedagang Pengecer Menurut Umur, Jenis Kelamin, Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Pengalaman Berusaha di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

No	Umur	Jenis Kelamin (L/P)	Pendidikan (Tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	Pengalaman (Tahun)
1	46	L	6	3	13
2	37	P	12	2	9
3	53	L	6	5	17
4	50	L	9	4	14
5	41	L	9	5	10
6	36	P	12	3	8
7	28	L	12	2	6
8	33	P	12	3	10
9	41	L	6	4	11
10	47	L	9	4	15
11	55	L	6	6	13
12	35	L	12	2	7
Jumlah	502		111	43	133
Rata-rata	33,46		7,4	2,86	8,86

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Lampiran 4. Distribusi Biaya Pemasaran Ikan baung/Kg Oleh Pedagang Pengumpul Di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

No Sampel	Jumlah Beli (Kg)	Biaya Transportasi (Rp)		Biaya Bongkar Muat (Rp)		Total Biaya (Rp)
		Biaya (Rp)	Biaya (Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Biaya (Rp/Kg)	
1	200	200.000	1000	100.000	500	1.500
2	350	250.000	714,29	150.000	428.57	1.142,86
3	300	250.000	833,33	150.000	500.00	1.333,33
4	250	300.000	1.200,00	100.000	400.00	1.600,00
5	200	200.000	1.000,00	150.000	750,00	1.750,00
Jumlah	1.300	1.200.000	4.747,62	650.000	2.578,57	7.326,19
Rata-rata	260	240.000	949.524	130.000	515,71	1.465,24

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
PORTAL INI ADALAH ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Lampiran 5. Distribusi Biaya Pemasaran Ikan baung /Kg Oleh Pedagang Pengecer di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

No Sampel	Jumlah Beli (Kg)	Biaya Transfortasi		Biaya Pengangkutan		Biaya Plastik		Biaya Tempat (Rp)						Total Biaya (Rp)
		Biaya (Rp)	Biaya Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Biaya (Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Biaya (Rp/Kg)	Sewa Tempat (Rp)	Biaya (Rp/Kg)	Keamanan (Rp)	Biaya (Rp/Kg)	Kebersihan	Biaya (Rp/Kg)	
1	80	50.000	625	60.000	750	15.000	188	50.000	625	5.000	63	10.000	125	2.375
2	40	50.000	1.250	25.000	625	15.000	375	50.000	1.250	5.000	125	10.000	250	3.875
3	55	50.000	909	40.000	727	15.000	273	50.000	909	5.000	91	10.000	55	2.964
4	68	50.000	735	40.000	588	15.000	221	50.000	735	5.000	74	10.000	147	2.500
5	60	60.000	1.000	40.000	667	15.000	250	50.000	833	5.000	83	10.000	167	3.000
6	100	60.000	600	80.000	800	15.000	150	60.000	600	5.000	50	10.000	100	2.300
7	55	60.000	1.091	40.000	727	15.000	273	50.000	909	5.000	91	10.000	182	3.273
8	100	60.000	600	80.000	800	15.000	150	60.000	600	5.000	50	10.000	100	2.300
9	85	55.000	647	60.000	706	15.000	176	60.000	706	5.000	59	10.000	118	2.412
10	85	55.000	647	60.000	706	15.000	176	60.000	706	5.000	59	10.000	118	2.412
11	100	55.000	550	80.000	800	15.000	150	60.000	600	5.000	50	10.000	100	2.250
12	70	55.000	786	60.000	857	15.000	214	60.000	857	5.000	71	10.000	143	2.929
Jumlah	898	660.000	9.440	665.000	8.753	180.000	2.596	660.000	9.331	60.000	865	120.000	1.604	32.589
Rara-rata	75	55.000	787	55.417	729	15.000	216	55.000	778	5.000	72	10.000	134	2.716

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini
UNIVERSITAS ISLAM RIAU PERPUSTAKAAN SOEMAN HS PEKANBARU

Lampiran 6. Distribusi Harga Jual/Kg *Serta* Pendapatan Yang Diterima Oleh Pedagang Pengumpul Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, 2022.

No Sampel	Jumlah (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
1	200	55.000	65.000	10.000	1.500	8.500
2	350	55.000	65.000	10.000	1.142,86	8.857,14
3	300	55.000	65.000	10.000	1.333,33	8.667
4	250	55.000	65.000	10.000	1.600,00	8.400
5	200	50.000	60.000	10.000	1.750,00	8.250
Jumlah	1.300	270.000	320.000	50.000	7.326,19	42.674
Rata-rata	260	54.000	64.000	10.000	1.465	8.535

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Lampiran 7. Distribusi Harga Jual/Kg Serta Pendapatan Yang Diterima Oleh Pedagang Pengecer Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan 2022.

No Sampel	Jumlah (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp)	Total Biaya Pemasaran (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	80	65.000	80.000	15.000	2.375	12.625
2	40	65.000	80.000	15.000	3.875	11.125
3	55	65.000	80.000	15.000	2.964	12.036
4	68	65.000	80.000	15.000	2.500	12.500
5	60	65.000	80.000	15.000	3.000	12.000
6	100	65.000	80.000	15.000	2.300	12.700
7	55	65.000	80.000	15.000	3.273	11.727
8	100	65.000	80.000	15.000	2.300	12.700
9	85	65.000	80.000	15.000	2.412	12.588
10	85	65.000	80.000	15.000	2.412	12.588
11	100	65.000	80.000	15.000	2.250	12.750
12	70	65.000	80.000	15.000	2.929	12.071
Jumlah	898	780.000	960.000	180.000	32.590	147.410
Rata-rata	74.83	65.000	80.000	15.000	2.716	12.284

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Lampiran 8. Jumlah Penjualan, Harga Jual dan Nilai Ikan Baung di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan 2022.

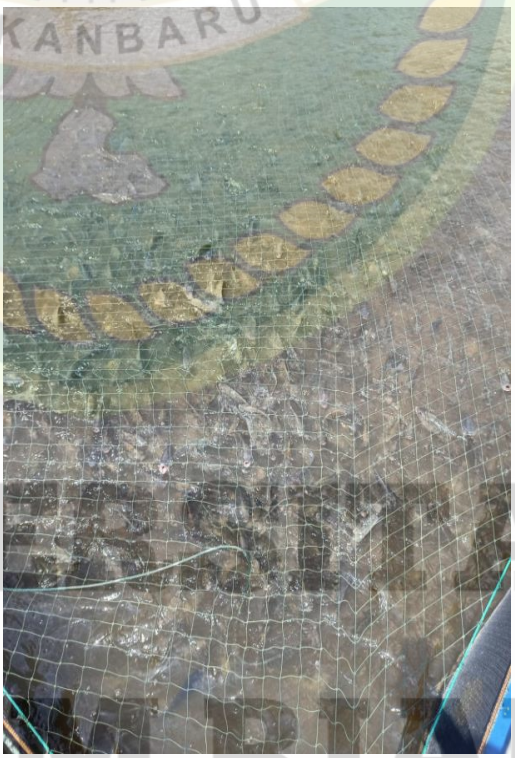
		Pembelian		Penjualan		Margin (Rp)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
No	Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp)			
1	55	50.000	3.025.000	70.000	4.675.000	1.650.000	17.590,9	1632.409
2	40	55.000	2.200.000	75.000	3.400.000	1.200.000	13.375	118.6625
3	65	55.000	3.575.000	70.000	5.525.000	1.950.000	20.423,08	1.929.576.
4	80	55.000	4.400.000	72.000	6.800.000	2.400.000	28.750	2.371.250
5	35	55.000	1.925.000	70.000	2.975.000	1.050.000	12.357,14	1.037.642
6	70	55.000	3.850.000	70.000	5.950.000	2.100.000	18.357,14	2.081.642
7	85	55.000	4.675.000	73.000	7.225.000	2.550.000	26.205,88	2.523.794
8	100	55.000	5.500.000	75.000	8.500.000	3.000.000	30.600	2.969.400
9	20	55.000	1.100.000	70.000	1.700.000	600.000	10.250	589.750
10	110	55.000	6.050.000	70.000	9.350.000	3.300.000	39.090,91	3.260.909
11	90	55.000	4.950.000	75.000	7.650.000	2.700.000	23.055,56	2.676.944
12	95	55.000	5.225.000	73.000	8.075.000	2.850.000	29.184,21	2.820.815
Jumlah	845	655.000	1.020.000	863.000	71.825.000	25.350.000	269.239,82	25.080.760
Rata-rata	70,41	54.583	85.000	71.916	5.985.416	2.112.500	22.436,65	2.090.063

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI DIALIH MEDIAKAN OLEH PERPUSTAKAAN DAN ARSIP MILIK:
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :



Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
UNIVERSITAS ISLAM RIAU