

## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

---

### ANALISIS MARGIN PEMASARAN IKAN DALAM KERAMBAH DI KECAMATAN PEMAYUNG KABUPATEN BATANG HARI

Uliya<sup>1</sup>, S.Pt, M.Si, dan Rina Gusniyati<sup>1</sup>, SP,

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Graha Karya Muara Bulian

HP : 082180276740

email : [uliyastip1974@gmail.com](mailto:uliyastip1974@gmail.com)

#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis margin pemasaran ikan dalam kerambah di Kecamatan Pemayung Kabupaten Batang Hari, dan dari penelitian terdapat 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 dari petani ikan dalam kerambah ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen, dan saluran pemasaran ke 2 dari petani ikan dalam kerambah ke pedagang pengumpul ke konsumen. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan lokasi tersebut merupakan salah satu daerah yang berpotensi budidaya ikan dalam kerambah terbesar di Kabupaten Batang Hari. Data yang di peroleh dari data primer dan data sekunder, pengolahan data dilakukan untuk melihat margin pemasaran saluran 1 dan saluran 2 dengan cara matematis menggunakan rumus  $MP = Pr - Pf$  dimana  $MP =$  Margin Pemasaran.  $Pr =$  Harga Konsumen,  $Pf =$  Harga Produsen, berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan margin pemasaran pada saluran pertama untuk pedagang pengumpul sebesar Rp.5.000,- tanpa ada pedagang pengecer. Sedangkan margin pemasaran saluran kedua terdapat pada pelaku pemasaran yakni pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sebesar Rp.7.750,-. Dari hasil diatas maka terdapat perbedaan harga dari kedua saluran tersebut sebesar Rp.2.750,- hal ini disebabkan pada saluran kedua adanya pedagang pengecer selain pedagang pengumpul.

**Kata kunci:** Margin, Selisih Harga.

## **PROSIDING**

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

### **PENDAHULUAN**

Budidaya ikan dalam kerambah di Provinsi Jambi telah lama berkembang dan usaha ini dilakukan di danau, sungai dan genangan air lainnya yang kedalamannya lebih dari 5 meter, budidaya ikan dalam kerambah yang dilakukan oleh petani merupakan salah satu alternatif usaha bagi masyarakat yang tinggal di sepanjang daerah aliran sungai Batang Hari dan diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan serta meningkatkan gizi protein hewani masyarakat.

Perkembangan jumlah unit kerambah pada tahun 2010-2014 di Kabupaten Batang Hari dapat dilihat berdasarkan data dari Dinas Peternakan dan Perikanan Tahun 2014 menjelaskan bahwa jumlah kerambah yang terbanyak di Kecamatan Muara Bulian dan di susul Kecamatan Pelayung. Dari data tersebut menjelaskan bahwa di Kecamatan Pelayung terdapat 180 Unit Kerambah tahun 2014 sebagian besar terdapat di 4 Desa yaitu Desa Lubuk Ruso, Kuap, Kubu Kandang, Pulau Betung.

Suatu usahatani dapat dijadikan sebagai mata pencaharian pokok jika ia mampu diandalkan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya (Soeharjo dan Patong, 1973). Petani kerambah adalah masyarakat yang memiliki atau melakukan kegiatan budidaya ikan dalam kerambah sebagai salah satu sumber pendapatan bagi petani kerambah. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang di terima oleh petani produsen (Koerniawati, 2015).

Sistim saluran pemasaran ikan dalam kerambah di Kecamatan Pelayung terdapat 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen, dan saluran pemasaran 2 dari petani ke pedagang pengumpul ke konsumen. Dengan demikian dilakukan penelitian analisis margin pemasaran ikan dalam kerambah di Kecamatan Pelayung untuk mengetahui seberapa besar margin pendapatan antara 2 saluran pemasaran tersebut.

Penelitian sebelumnya juga telah dilakukan oleh andi Yudalis dengan judul analisis Tata Niaga Ikan Nila Kerambah di Desa Aro Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari bertujuan untuk mengetahui saluran tata niaga yang ada di daerah penelitian, dan margin tata niaga ikan nila dalam kerambah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui margin pemasaran ikan dalam kerambah di Kecamatan Pelayung. Dengan telah dicapainya tujuan tersebut diharapkan dapat mengetahui margin dari kedua saluran pemasaran 1 dan saluran pemasaran 2, sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah

ISBN: 978-602-97051-7-1

E-ISSN :

DOI :

## **PROSIDING**

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi beberapa pihak dalam mengambil keputusan untuk budidaya ikan dalam kerambah, dan sebagai informasi bagi pelaku pasar dalam memilih saluran pemasaran serta menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang berkenaan dengan pemasaran ikan dalam kerambah.

### **BAHAN DAN METODE PENELITIAN**

#### **2.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu menggambarkan pola distribusi dan nilai margin pemasaran yang diperoleh setiap pelaku pemasaran komoditas ikan dalam keramba. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dari petani pembudidaya ikan dan pelaku pemasaran yang terlibat dalam rantai distribusi. Data sekunder dikumpulkan dari Dinas dan Instansi terkait.

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Pemayang yang terpusat di Desa Lubuk Ruso, Kuap, Kubu Kandang dan Pulau Betung. Kecamatan Pemayang dipilih dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Pemayang salah satu penghasil ikan dalam keramba terbesar kedua setelah Kecamatan Muara Bulian. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan sengaja ( Purposive). Objek yang akan diamati dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran ikan dalam keramba di Kecamatan Pemayang dan bagaimana margin pemasaran ikan dalam keramba di Kecamatan Pemayang. Data yang diambil adalah identitas petani kerambah, identitas pedagang pengumpul, identitas pedagang pengecer, jumlah produksi selama satu kali panen, data saluran pemasaran, dan data harga ikan.

#### **2.2 Bahan dan Alat**

Alat yang digunakan berupa wawancara dengan mengisi Kuisioner.

#### **2.3 Metode Penelitian**

Dari hasil pelaksanaan survey terdapat 15 orang petani sampel, dan 4 orang pedagang pengumpul, 6 orang pedagang pengecer.

## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

Peta lokasi Penelitian dapat dilihat pada gambar1



Gambar 1. Lokasi penelitian

### 2.4 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif persentase dan analisis margin pemasaran. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk memaparkan atau menggambarkan pola distribusi komoditas ikan dalam keramba di Kecamatan Pemayung. Kemudian untuk mengetahui biaya pemasaran dan margin pemasaran di tingkat lembaga dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran ( *cost margin analysis* ) yang terdiri dari menghitung margin pemasaran, biaya dan keuntungan pemasaran serta *farmer's share* ( Pamungkas, 2013 ).

Untuk menghitung nilai margin pemasaran dapat memakai sistematis :

$$MP = Pr - Pf ,$$

MP = margin pemasaran,

Pr = Harga Konsumen,

Pf = Harga Produsen.

Menghitung Share harga diterima petani ikan kerambah merupakan persentase keuntungan :

$$SPf = Pf / Pr,$$

SPf = share harga ditingkat petani,

Pf= harga ditingkat petani,

Pr= harga ditingkat konsumen.

## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

Untuk menghitung Share biaya pemasaran dan share keuntungan :  $S_{bi} = (b_i/Pr) \times 100\%$ ,

$S_{ki} = (k_i/Pr) \times 100\%$ , keterangan

$S_{bi}$  =share biaya pemasaran ke i

$S_{ki}$  =share keuntungan lembaga pemasaran ke i

Dan menghitung Distribusi Margin Pemasaran

$DM = (M_i / M_{total}) \times 100$

DM = DistribusiMargin

$M_i$  = Margin pemasaran kelompok lembaga pemasaran

i = 1 (pedagang pengumpul)

i = 2 (pedagang pengecer)

$M_{total} = M_1 = M_2$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Berdasarkan hasil analisis petani sampel termuda yaitu umur 28 tahun dan tertua umur 73 tahun, distribusi frekuensi umur petani dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Petani Sampel Berdasarkan Kelompok Umur di Daerah Penelitian.

NO	Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (orang )	Persentase ( % )
1	28 – 35	4	16
2	36 – 43	5	20
3	44 – 51	4	16
4	52 – 59	7	28
5	60 – 67	3	12
6	68 – 75	2	8
Jumlah		25	100

Sumber : *Olahan data primer penelitian*

Dari tabel 1 di atas terlihat bahwa frekuensi petani sampel dengan umur terbanyak berada pada kelompok umur antara 52 – 59 tahun yakni sebanyak 7 orang atau sebesar 28 %. Sedangkan yang paling kecil berada pada kelompok umur 68 – 75 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau sebesar 8 %.

## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

Hasil penelitian pada pendidikan formal dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Petani Sampel Berdasarkan Pendidikan Formal di Daerah Penelitian.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang )	Persentase (%)
1	SD	3	12
2	SMP/SLTP	14	56
3	SMA/SLTA	7	28
4	D2	1	4
Jumlah		25	100

Sumber : *Olahan Data Primer Penelitian*

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa sebaran frekuensi tingkat pendidikan formal petani sampel yang terbesar adalah pada tingkat pendidikan SMP sebanyak 14 orang atau sebesar 56 % dan diikuti pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 7 orang atau sebesar 28 %. Sedangkan tingkat pendidikan yang sedikit adalah pada pendidikan D2 sebanyak 1 orang atau 4 %. Tingkat pendidikan petani akan mempengaruhi wawasan berpikir dan bertindak serta sikapnya terhadap sesuatu yang baru. Salah satunya akan berpengaruh terhadap penerapan teknologi budidaya keramba, hal ini akan berpengaruh juga terhadap pendapatan petani.

Distribusi frekuensi jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat tabel berikut :

Tabel 3. Distribusi frekuensi petani sampel berdasarkan jumlah tanggungan keluarga di daerah penelitian.

N0	Jumlah Tanggungan Keluarga Petani	Frekuensi(orang)	Persentase ( % )
1	0	2	8
2	1	0	0
3	2	5	20
4	3	5	20
5	4	11	44
6	5	2	8
Jumlah		25	100

Sumber : *Olahan data primer penelitian*

Dari tabel 3 di atas menunjukkan tanggungan keluarga terbesar adalah sebanyak 4 orang yaitu sebanyak 11 orang petani atau sebesar 44 % dan yang tidak memiliki tanggungan keluarga adalah sebanyak 2 orang atau sebesar 8 % dari seluruh sampel.

## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

Jumlah tanggungan keluarga akan mempengaruhi motivasi kerja petani untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Semakin besar jumlah tanggungan keluarga maka semakin besar pula motivasi petani untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya.

Distribusi frekuensi petani sampel berdasarkan pengalaman berusahatani ikan dalam kerambah dapat dilihat tabel berikut :

Tabel 4. Distribusi frekuensi petani sampel berdasarkan pengalaman berusahatani ikan dalam kerambah di daerah penelitian.

NO	Pengalaman Berusahatani Ikan (Tahun)	Frekuensi( orang )	Persentase ( % )
1	2 - 6	15	60
2	7 - 11	5	20
3	12 - 16	1	4
4	17 - 21	2	8
5	22 - 26	1	4
6	27 - 29	1	4
Jumlah		25	100

*Sumber : Olahan data primer penelitian*

Dari tabel 4 di atas menunjukkan bahwa sebaran frekuensi pengalaman berusahatani yang terbesar adalah kisaran 2 – 6 tahun sebanyak 15 orang atau sebesar 60 %, diikuti pada sebaran 7 - 11 tahun sebanyak 5 orang atau sebesar 20 % .Sedangkan untuk pengalaman yang lebih dari 11 tahun total keseluruhannya sebanyak 5 orang atau sebesar 20 %.

Pengalaman berusahatani dapat mempengaruhi produksi ikan dalam keramba yang akan dihasilkan dari usahatani tersebut. Hal ini dikarenakan petani yang telah menggeluti usahatani tersebut secara rutin dapat menguasai bagaimana berusahatani ikan dalam keramba dengan lebih baik sehingga akan berpengaruh kepada hasil produksi yang lebih meningkat.

Jumlah unit kerambah yang diusahakan rata-rata 11 unit, berdasarkan hasil analisis maka distribusi frekuensi petani sampel berdasarkan jumlah kerambah yang diusahakan dapat disajikan pada tabel 5.

Dari tabel 5 di atas menunjukkan bahwa sebaran frekuensi jumlah keramba yang diusahakan yang terbesar adalah kisaran 2 – 6 unit sebanyak 10 orang atau sebesar 66,67 %, diikuti pada sebaran 7 - 11 unit sebanyak 3 orang atau sebesar 20 % , diikuti pada sebaran 12 – 16 unit sebanyak 1 orang atau sebesar 6,67 %, dan pada sebaran 17 – 21 unit tidak terdapat jumlah orang yang berusahatani atau 0 % , terakhir pada sebaran 22 – 26 unit sebanyak 1 orang atau 6,67 %.

## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

---

Tabel 5. Distribusi frekuensi petani sampel berdasarkan jumlah keramba yang di usahakan di daerah penelitian.

NO	Jumlah Keramba	Frekuensi ( orang )	Persentase
1	2 - 6	10	66,67
2	7 - 11	3	20,00
3	12 - 16	1	6,67
4	17 - 21	0	0,00
5	22 - 26	1	6,67
Jumlah		15	100,00

Sumber : Olahan data primer penelitian

### 3.2 Analisis Margin Pemasaran Ikan Dalam Keramba

Margin pemasaran merupakan harga dari semua nilai guna atau nilai tambah dari aktivitas dan penanganan fungsi dari lembaga yang dilakukan dalam aktivitas bisnis di dalam sistem pemasaran tersebut. Margin di tingkat lembaga pemasaran merupakan selisih harga jual dengan harga beli. Dalam penelitian pemasaran ikan dalam keramba, margin pemasaran dihitung berdasarkan saluran pemasaran ikan dalam keramba pembesaran.

Sistem saluran pemasaran ikan dalam keramba di Kecamatan Pemayung terdapat dua saluran yaitu saluran pemasaran 1 (satu) dari petani ke pedagang pengumpul dari pedagang pengumpul ke konsumen. Sedangkan saluran pemasaran 2 (dua) dari petani ke pedagang pengumpul dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer dan ke konsumen.

Pada pemasaran ikan dalam keramba saluran pemasaran 2 (dua), lembaga pemasaran yang terlibat adalah petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Produksi rata-rata ikan dalam keramba petani di lokasi penelitian dari 15 responden sebanyak 52.240 kg/panen.

Untuk mengetahui seberapa besar margin pemasaran ikan dalam keramba di Kecamatan Pemayung Kabupaten Batang Hari dilakukan dengan menggunakan alat analisis sederhana yaitu :



## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

Tabel 6. Analisis Margin Pemasaran Ikan Dalam Keramba di Kecamatan Pelayung Kabupaten Batang Hari pada Saluran 1

Uraian	Satuan (Rp./Kg)	Persentase (%)
<b>1. Petani Keramba</b>		
a. Harga Jual <sup>1</sup>	18.000	78,26
<b>2. Pedagang Pengumpul</b>		
a. HargaBeli	18.000	78,26
b. Margin Pemasaran	5.000	21,74
c. Biaya Pemasaran <sup>2</sup>	500	
d. Margin Keuntungan	4.500	
e. HargaJual <sup>3</sup>	23.000	100

Keterangan :

1. Ikan dari petani keramba
2. Biaya Pemasaran
3. Harga jual di tingkat pengumpul X 100 %

Tabel 6. Merupakan data analisis margin pemasaran ikan dalam keramba melalui saluran 1 menjelaskan bahwa margin pemasaran (*Marketing Margin*) pada pedagang pengumpul (21,74 %). Berdasarkan nilai margin keuntungan (*net benefit margin*), pedagang pengumpul yang membeli ikan dari petani ikan dalam keramba memperoleh keuntungan sebesar Rp.4.500,- perkilogram. Sedangkan biaya pemasaran yang dikeluarkan baik oleh pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer sebesar Rp.500,00. Untuk mengetahui gambaran analisis margin pemasaran ikan dalam keramba melalui saluran 2 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis Margin Pemasaran Ikan Dalam Keramba di Kecamatan Pelayung Kabupaten Batang Hari pada Saluran 2

Uraian	Satuan (Rp./Kg)	Persentase (%)
<b>1. Petani Keramba</b>		
a. Harga Jual <sup>1</sup>	18.000	69,90
<b>2. Pedagang Pengumpul</b>		
a. HargaBeli	18.000	69,90
b. Margin Pemasaran	5.000	19,42
c. Biaya Pemasaran <sup>2</sup>	500	
d. Margin Keuntungan	4.500	
e. HargaJual	23.000	89,32
<b>3. Pedagang Pengecer</b>		
f. HargaBeli	23.000	89,32
g. Margin Pemasaran	2.750	10,68
h. Biaya Pemasaran <sup>3</sup>	500	
i. Margin Keuntungan	2.250	
j. HargaJual <sup>4</sup>	25.750	100

Keterangan :

ISBN: 978-602-97051-7-1  
E-ISSN :  
DOI :

## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

---

1. Ikan dari petani keramba
2. Biaya Pemasaran
3. Biaya Pemasaran
4. Harga jual di tingkat pengecer X 100 %

Tabel 7. Merupakan data analisis margin pemasaran ikan dalam keramba melalui saluran 2 menjelaskan bahwa margin pemasaran (*Marketing Margin*) yang paling tinggi terjadi pada pedagang pengumpul (19,42 %) sedangkan margin pemasaran pada pedagang pengecer (10,68 %). Berdasarkan nilai margin keuntungan (*net benefit margin*), pedagang pengumpul yang membeli ikan dari petani ikan dalam keramba memperoleh keuntungan sebesar Rp.4.500,- perkilogram. Sedangkan pengecer yang merupakan pihak yang melakukan transaksi langsung dengan konsumen memperoleh margin keuntungan sebesar Rp. 2.750,- perkilogram. Sedangkan biaya pemasaran yang dikeluarkan baik oleh pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer sebesar Rp.500,- sehingga masing-masing memiliki keuntungan yang berbeda-beda.

### 3.3 Pola Distribusi Ikan Dalam Kerambah

Pola distribusi komoditas ikan dalam keramba di Kecamatan Pemayung ditemukan dua saluran pemasaran yaitu : saluran pemasaran *pertama*, dari petani ikan dalam keramba ke pedagang pengumpul ke konsumen; *kedua*, dari petani ikan dalam keramba ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen.

Pada saluran pemasaran komoditas ikan dalam keramba yang pertama petani menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul menjual ikan langsung ke konsumen.

Pada saluran pemasaran yang kedua, petani ikan dalam keramba menjual ikan ke pedagang pengumpul. Dari pedagang pengumpul kemudian disalurkan ke pedagang pengecer yang berada di pasar-pasar kemudian dijual kepada konsumen.

### 3.4 Nilai Rantai Pemasaran Komoditas Ikan Dalam Kerambah

Pada garis besarnya pelaku pemasaran komoditas ikan dalam keramba di Kecamatan Pemayung mayoritas menggunakan saluran distribusi pemasaran berikut ini : petani ikan keramba ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen.

## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

---

Berdasarkan analisis margin pemasaran dapat diketahui bahwa panjangnya saluran distribusi pemasaran yang ada di Kecamatan Pelayung memicu tingginya disparitas antara harga ikan di tingkat petani dan harga akhir di tingkat konsumen. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya selisih harga dari petani dan harga di tingkat konsumen .

Banyaknya pelaku dalam pemasaran akan menyebabkan besarnya biaya distribusi (margin pemasaran yang tinggi), sehingga ada bagian yang harus dikeluarkan sebagai keuntungan pelaku pemasaran. Keadaan ini cenderung memperbesar biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen.

Pada analisis margin pemasaran (*marketing margin*) (yang tidak dapat dinikmati petani ikan dalam keramba (69,90%) terdistribusi ke pedagang pengumpul sebesar Rp.5.000,- per kilogram ikan atau (19,42%). Keuntungan bersih (*net benefit margin*) yang diperoleh pedagang pengumpul dalam mendistribusikan hasil pembelian ikan dari petani adalah Rp.4.500,- per kilogram, setelah dikurangi biaya pemasaran (*marketing cost*) seperti biaya transportasi sebesar Rp.500,- per kilogram.

Kemudian di pedagang pengecer margin pemasaran yaitu sebesar Rp. 2.750,- per kilogram atau 10,68%. Pedagang pengecer memperoleh keuntungan bersih Rp.2.250,- per kilogram dengan biaya pemasaran yang harus dikeluarkan sebesar Rp.500,- per kilogram untuk biaya transportasi.

Pada saluran I harga ditingkat petani sebesar Rp.18.000,- setelah melewati pedagang pengumpul maka ikan dijual di tingkat konsumen Rp.23.000, . Sedangkan pada saluran 2 harga ditingkat petani sebesar Rp.18.000,- tetapi setelah melewati 2 lembaga pemasaran yakni berupa pedagang pengumpul dan pedagang pengecer maka harga ikan ditingkat konsumen sebesar Rp.25.750,-.

Proses pendistribusian sangat menentukan nilai tambah dari suatu kegiatan pascapanen ikan dan pemasaran komoditas tersebut. Petani yang menjual hasil panen ikan tidak langsung ke konsumen, mereka tidak dapat ikut menikmati nilai tambah yang dihasilkan dari perdagangan ikan tersebut.

Jika dilihat hasil perhitungan margin pada setiap pelaku dapat dilihat bahwa, pelaku yang memperoleh adalah pedagang pengumpul. Hal tersebut dikarenakan pedagang pengumpul yang membeli ikan dengan jumlah yang besar dari petani dan akan didistribusikan kepada pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar tradisional.

## PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Jambi tahun 2018  
Tema: Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal

---

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Margin pemasaran pada saluran pertama untuk pedagang pengumpul sebesar Rp.5.000,- atau 21,74 %, tanpa ada pedagang pengecer. Sedangkan Margin pemasaran pada saluran yang kedua terdapat pada pelaku pemasaran yakni pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sebesar Rp.7.750,-. Berdasarkan hasil di atas maka terdapat perbedaan harga dari kedua saluran tersebut sebesar Rp.2.750,- hal ini disebabkan pada saluran kedua adanya pedagang pengecer selain pedagang pengumpul.

### DAFTAR PUSTAKA

- Apriono, Dani, 2012.* Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele Di Desa Rasau Jaya I Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Volume I, Nomor 3 Desember 2012. Fakultas Pertanian Universitas Tanjung Pura. Pontianak.
- Koerniawati, Tatiek.A. 2015.* Margin Pemasaran Produk Pertanian dan Elastisitas Transmisi. Download Internet tanggal 8-6-2015.
- Mubyarto, 1994.* Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.
- Pamungkas, S.B. 2013.* Analisis Rantai Distribusi Komoditas Ikan Tangkap Perikanan Laut Di Kota Tegal. Skripsi Universitas Negeri Semarang. Tidak Dipublikasikan.
- Soeharjo, A dan Patong, D, 1973.* Sendi-sendi Pokok Usahatani. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- Yudalis, Andi. 2013.* Analisis Tata Niaga Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) Kerambah Di Desa Aro Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Graha Karya Muara Bulian. Tidak Dipublikasikan.