

DISTRIBUSI DAN MARGIN PEMASARAN HASIL TANGKAPAN IKAN DI BANGLIAO HASAN KELURAHAN BAGAN BARAT KECAMATAN BANGKO KABUPATEN ROKAN HILIR

Ulfa Rizki Pradini^{1*)}, Eni Yulinda²⁾, Hazmi Arief²⁾
Email : rizkyulva@yahoo.com

Diterima : 07 September 2017

Disetujui : 16 Oktober 2017

ABSTRACT

This research was conducted in February, 2017 located in Bangliao Hasan, Bagan Barat Village, Bangko SubDistrict Rokan Hilir Regency . This research is aimed to know the distribution channel of sea fishery fish catching commodity which landed in Bangliao Hasan and to know the amount of marketing margin at every level of marketing institute of marine fishery commodity in Bangliao Hasan. The method used in this study is the survey method with the number of respondents as many as 50 people consisting of 1 owner of bangliao (*tauke*), 6 workers in bangliao, 10 fishermen, 8 agents, 2 restaurant owners, 15 retailers and 8 people of *along-along* where the determination of respondents conducted by census. Based on research result it is known that the institutions that play a role in the distribution of fish catch marketing in Bangliao Hasan are fishermen, *tauke*, agents, retailers and *along-along* (retailers who sells by traveling around) as well as consumers with a distribution pattern consisting of three distribution chains and the conclusion that can be taken the highest total marketing margin found in Stingray fish IDR 31.000,- and the lowest marketing margin found in Mackerel fish equal to IDR 19.000,-

Key word: Distribution, Marketing Margins, Fish Catch, Along-along.

PENDAHULUAN

Kelurahan Bagan Barat merupakan salah satu dari 10 Kependhuluan dan 5 Kelurahan di Kecamatan Bangko. Kelurahan Bagan Barat memiliki luas wilayah 1200 Ha yang terdiri dari 24 RT dan 6 RW. Keadaan alam Kelurahan Bagan Barat adalah dataran rendah

dengan ketinggian 5 meter dari permukaan laut. Daerah Kelurahan Bagan Barat beriklim tropis dengan suhu berkisar 24°C - 32°C. Jarak Kelurahan Bagan Barat dengan pusat pemerintahan kecamatan Kota Bagan siapiapi adalah ± 1 Km dan jarak Kelurahan Bagan Barat dengan pusat pemerintahan provinsi yaitu kota Pekanbaru adalah ± 354 Km

Di Kelurahan Bagan Barat terdapat Bangliao Hasan. Bangliao adalah gudang atau tempat pendaratan ikan bagi nelayan baru

¹⁾ Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

²⁾ Dosen Fakultas perikanan dan Kelautan Universitas Riau

pulang melaut. Bangliao Hasan sudah berdiri lebih kurang selama 90 tahun. Bangliao Hasan menampung berbagai jenis ikan hasil tangkapan nelayan, di antaranya ikan Senangin (*Eleutheronema tetradactylum*), ikan Tenggiri (*Scomberromo commersoni*), ikan Senohong (*Leptomelanosoma indicium*), ikan Bawal Putih (*Pampus argenteus*), ikan Pari (*Dasyatis uarnak*) ikan Bawal Hitam (*Parastromateus niger*), ikan Gulamah (*Pseudocienna amovensis*), ikan Selar (*Caranx mate*), ikan Sembilang (*Plotusus canius*), dan lain-lain. Namun jumlah ikan yang ditampung dari nelayan untuk penjualan komoditas mengalami penurunan, dalam sehari hanya menampung 500 kg dari yang biasanya menampung kurang lebih 1-2 ton per hari, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik bangliao, jumlah ikan mengalami penurunan hal ini disebabkan ikan sulit dicari oleh nelayan.

Pemasaran merupakan fungsi distribusi dari daerah produsen ke daerah konsumen, dengan demikian pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi tingkat harga akhir produk ikan yang dijual oleh para pedagang. Akibat yang nampak sebagai pengaruh dari proses pemasaran adalah margin pemasaran. Margin pemasaran merupakan perbedaan atau selisih harga jual ikan dari nelayan hingga ke tangan konsumen.

Pemasaran hasil tangkapan tidak terlepas dari peranan lembaga pemasaran dalam menyalurkan ikan hasil tangkapan ke konsumen. Masalah yang timbul adalah semakin banyak lembaga pemasaran maka harga yang diterima para nelayan menjadi rendah sedangkan para konsumen harus membayar dengan

harga yang cukup tinggi. Perbedaan harga beli dan harga jual antara nelayan dan pedagang menunjukkan adanya margin pemasaran antara nelayan dengan konsumen. Margin pemasaran yang semakin besar akan menyebabkan persentase bagian yang diterima nelayan akan semakin kecil. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan saluran distribusi komoditas ikan tangkap perikanan laut yang didaratkan di Bangliao Hasan dan untuk mengetahui besaran margin pemasaran yang diterima pada setiap tingkatan lembaga pemasaran komoditas perikanan laut di Bangliao Hasan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Februari 2017 di Bangliao Hasan Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan melakukan studi kasus pada Bangliao Hasan. Metode survey dilakukan dengan cara peninjauan, pengamatan serta pengambilan data dan informasi secara langsung di lapangan dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok, wawancara dan dokumentasi. Menurut Yin (2002), penelitian dengan tehnik studi kasus dimaksudkan untuk melakukan penelitian yang lebih terarah atau terfokus pada sifat tertentu yang tidak berlaku umum, biasanya dibatasi oleh kasus, lokasi, tempat tertentu, serta waktu tertentu

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Penentuan responden dilakukan dengan cara sensus. Ruslan (2008), mengatakan

bahwa alasan melakukan penelitian berdasarkan sensus, peneliti sebaiknya mempertimbangkan untuk meneliti seluruh elemen dari populasi, jika elemen populasi relatif sedikit dan variabilitas setiap elemennya tinggi. Sensus lebih layak dilakukan jika penelitian dimaksudkan untuk menjelaskan karakteristik setiap elemen dari populasi.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab dari tujuan penelitian adalah :

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisa berupa menggambarkan suatu keadaan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya. Menurut Arikunto (2010), dalam penelitian deskriptif apabila datanya telah terkumpul, maka diklasifikasikan menjadi dua kelompok data, yaitu kuantitatif yang berbentuk angka-angka dan kualitatif yang dinyatakan dalam kata-kata atau simbol.

2. Analisis margin pemasaran.

Menurut Sudiyono (2001), untuk menghitung nilai margin pemasaran maka digunakan rumus sebagai berikut:

Analisis Margin Pemasaran, digunakan untuk mengukur keuntungan masing-masing pelaku yang terlibat dalam proses distribusi ikan.

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP : Margin Pemasaran (Rp/kg)

Pr : Harga Konsumen (Rp/kg)

Pf : Harga Produsen (Rp/kg)

Share harga yang diterima nelayan, merupakan presentase keuntungan yang diterima nelayan.

$$SPf = Pf / Pr$$

Keterangan :

SPf : Share harga ditingkat nelayan

Pf : Harga ditingkat nelayan

Pr : Harga ditingkat konsumen

Share biaya pemasaran dan share keuntungan.

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

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

Keterangan :

Ski : Share keuntungan lembaga pemasaran ke i

Sbi : Share biaya pemasaran ke i

HASIL DAN PEMBAHASAN

Distribusi Ikan Hasil Tangkapan Nelayan

Saluran distribusi hasil tangkapan ikan dari nelayan responden tidak ada yang menjual ikan hasil tangkapannya kepada para agen, pedagang pengecer dan konsumen. Responden nelayan menjual hasil tangkapan mereka kepada pemilik bangliao (tauke). Nelayan mendaratkan seluruh hasil tangkapannya ke bangliao karena bangliao menampung jenis ikan apa saja yang didaratkan oleh nelayan. Nelayan tidak perlu mencari pelanggan lagi untuk menjual hasil tangkapannya.

Dimulai dari para nelayan pulang melaut dengan membawa hasil tangkapannya menuju ke tempat pendaratan ikan (bangliao) kemudian nelayan menurunkan hasil tangkapannya untuk ditimbang oleh pekerja di bangliao lalu hasil catatan jumlah ikan yang ditimbang diberikan kepada tauke untuk meminta pembayarannya. Harga ikan ditentukan oleh tauke sesuai dengan

kualitas ikan, serta jumlah dan ukuran besar atau kecil ikan yang didaratkan.

Distribusi Hasil Pembelian Agen

Responden agen ada yang menjual langsung kepada rumah makan, dan sebagian besar responden menjual hasil pembelian mereka kepada pedagang pengecer dan along-along.

Agen tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi terlalu mahal karena mereka hanya mengantar ikan kepada para pedagang pengecer yang ada di pasar daerah kelurahan Bagan Barat yang letaknya dekat dengan bangliao Hasan, sedangkan along-along datang sendiri ke tempat agen untuk mengambil ikan.

Secara skematis pola distribusi hasil pembelian responden agen dapat disimpulkan sebagai berikut; (a) agen → rumah makan, (b) agen → pedagang pengecer, (c) agen → along-along.

Distribusi Hasil Pembelian Pedagang Pengecer

Keseluruhan responden pedagang pengecer menjual ikan langsung kepada konsumen. Dalam hal ini pedagang pengecer merupakan pelaku tata niaga ikan yang berhadapan langsung dengan konsumen.

Panjang pendeknya saluran pemasaran ditentukan oleh banyak sedikitnya lembaga pemasaran yang dilalui oleh suatu barang. Apabila

lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan produk dari produsen sampai ke konsumen akhir sedikit, maka dikatakan saluran pemasaran itu pendek. Sedangkan produksi hasil perikanan mempunyai sifat mudah mengalami penurunan mutu, maka selama pemasarannya menghendaki saluran yang pendek untuk menghindari penurunan mutu. Hal ini sejalan dengan pendapat Hendrik (2010), ada tiga sifat produk perikanan, yaitu produksinya musiman, produk mudah rusak (penurunan mutu), dan konsumsi produk perikanan relatif sama sepanjang tahun.

Secara skematis pola distribusi hasil pembelian pedagang pengecer dapat digambarkan sebagai berikut; pedagang pengecer → konsumen.

Distribusi Hasil Pembelian Along-along

Responden along-along menjual ikan langsung kepada konsumen. Pendistribusian hasil pembelian along-along sama halnya dengan pendistribusian pedagang pengecer, hanya saja perbedaannya jika pedagang pengecer menjual ikannya di pasar, namun along-along menjual ikannya dengan cara berkeliling dengan menggunakan sepeda motor.

Secara skematis pola distribusi hasil pembelian along-along dapat digambarkan sebagai berikut; along-along → konsumen.

Tabel 1. Harga dan Jenis Ikan yang didaratkan Nelayan di Bangliao Hasan

| No | Jenis Ikan | Harga (Rp/Kg) |
|----|------------------|---------------|
| 1 | Ikan Senangin | 27.000 |
| 2 | Ikan Bawal Putih | 35.000 |
| 3 | Ikan Tenggiri | 38.000 |
| 4 | Ikan Pari | 30.000 |
| 5 | Ikan Sembilang | 18.000 |

Sumber : Data Primer 2017

Tabel 1 menunjukkan bahwa ikan Tenggiri memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan jenis ikan yang lainnya yaitu Rp 38.000/kg, ikan Tenggiri dengan harga Rp. 38.000 adalah ikan Tenggiri yang memiliki ukuran A dengan kualitas terbaik. Diikuti harga ikan Bawal Putih memiliki harga sebesar Rp 35.000/kg dengan ikan ukuran C, kemudian ikan Pari memiliki harga sebesar Rp 30.000/kg dengan ikan ukuran A, harga ikan Senangin yaitu Rp 27.000/kg dengan ikan ukuran B, dan ikan Sembilang memiliki harga yaitu sebesar Rp 18.000/kg dengan ukuran ikan B. Perbedaan harga ikan tergantung dari ukuran ikan tersebut. Ukuran A menunjukkan ikan berukuran besar, ukuran B menunjukkan ikan

berukuran sedang, dan ukuran C menunjukkan ikan berukuran kecil.

Margin Pemasaran

Dalam penelitian ini margin pemasaran dihitung sebagai selisih antara harga jual ikan tangkap di tingkat nelayan dengan harga jual ikan di tingkat pengecer. Prosedur analisis ini dilakukan dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran dari komoditi spesifik, membandingkan harga pada berbagai tingkat pemasaran yang berbeda, dan mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang (Hanafiah dan Saefuddin, 2006).

Berikut margin pemasaran pada setiap jenis ikan di masing-masing lembaga pemasaran dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Margin Pemasaran pada setiap Lembaga Pemasaran

| Uraian | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| Bangliao | | | | | |
| Margin | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 14.000 | 3.000 |
| Agen | | | | | |
| Margin | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 2.000 |
| P.Pengecer | | | | | |
| Margin | 4.000 | 5.000 | 3.000 | 4.000 | 4.000 |
| Along-Along | | | | | |
| Margin | 7.000 | 7.000 | 7.000 | 7.000 | 7.000 |

Sumber : Data Primer

Keterangan:

1=ikan Senangin; 2=ikan Bawal Putih;
3=ikan Tenggiri; 4=ikan Pari; 5=ikan Sembilang

Tabel 2 menunjukkan bahwa margin pemasaran tertinggi terdapat pada

lembaga pemasaran along-along. Hal ini disebabkan karena along-along berjualan dengan cara berkeliling sehingga membutuhkan biaya pemasaran yang besar, dan juga harga jual ikan kepada konsumen dijual dengan harga yang cukup tinggi.

Nilai Rantai Distribusi Komoditas Ikan

Pada garis besarnya pelaku tata niaga komoditas ikan tangkap di Bangliao Hasan mayoritas menggunakan saluran distribusi yaitu, nelayan → agen → pedagang pengecer → konsumen.

Jenis pembiayaan utama tauke meliputi biaya upah kerja karyawan, fiber dan plastik adalah sebesar Rp. 2.841,- per kilogram ikan. Kemudian agen meliputi biaya pengawetan ikan, biaya transportasi, dan retribusi adalah sebesar Rp. 645,- per kilogram ikan. Pedagang pengecer meliputi biaya es dan retribusi sebesar Rp. 875,- per kilogram ikan segar. Dan Along-along meliputi biaya es, biaya transportasi dan plastik sebesar Rp. 2.500,- perkilogram ikan.

Ikan Senangin

Margin pemasaran (*Marketing Margin*) ikan senangin yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada along-along Rp. 7.000 (17,9 %), pedagang pengecer Rp. 4.000 (10,3 %), tauke Rp. 3.000 (7,7 %) dan agen Rp. 2.000 (5,1 %). Berdasarkan nilai margin keuntungan (*net benefit margin*), tauke yang membeli ikan langsung dari nelayan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 159,- per kilogram ikan dengan volume ikan 350 kg/hari memperoleh pendapatan

Rp. 1.669.000,- per bulan. Agen yang merupakan penyalur kepada pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar dan along-along memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.355,-perkilogram ikan dengan volume ikan 45 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 1.829.250,- per bulan. Pedagang pengecer memperoleh keuntungan sebesar Rp. 3.125,- perkilogram ikan dengan volume 15 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 1.406.250 per bulan. Dan along-along memperoleh keuntungan sebesar Rp. 4.500,-perkilogram ikan dengan volume ikan 10 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 1.350.000,- per bulan.

Tingkat pendapatan tertinggi terdapat pada lembaga pemasaran agen. Hal ini disebabkan karena agen memiliki biaya pemasaran yang rendah. Sedangkan tingkat pendapatan terendah terdapat pada lembaga pemasaran along-along, hal ini disebabkan karena along-along memiliki biaya pemasaran yang tinggi dan juga volume ikan yang dijual dalam jumlah yang sedikit. Pendapatan yang didapat merupakan laba bersih yang sudah dikurangi biaya pemasaran.

Ikan Bawal Putih

Margin pemasaran (*Marketing Margin*) ikan Bawal Putih yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada along-along Rp. 7.000,- (14,9 %), pedagang pengecer Rp. 5.000,- (10,6 %), tauke Rp. 3.000,- (6,4 %) dan agen Rp. 2.000,- (4,3 %). Berdasarkan nilai margin keuntungan (*net benefit margin*), tauke yang membeli ikan langsung dari nelayan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 159 ,-per kilogram ikan dengan

volume ikan 400 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 1.908.000,- per bulan. Agen yang merupakan penyalur kepada pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.355,- per kilogram ikan dengan volume ikan 50 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 2.032.500,- per bulan. Pedagang pengecer memperoleh keuntungan sebesar Rp. 4.125,- per kilogram ikan dengan volume ikan 20 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 2.475.000,- per bulan. Dan along-along memperoleh keuntungan sebesar Rp. 4.500,- per kilogram ikan dengan volume ikan 5 kg/hari memperoleh pendapatan sebesar Rp 675.000,- per bulan.

Tingkat pendapatan tertinggi terdapat pada pedagang pengecer, hal ini disebabkan karena pedagang pengecer memiliki harga jual yang tinggi dan volume ikan yang diambil dalam jumlah sedikit, maka pedagang pengecer bisa memperoleh keuntungan yang besar. Sedangkan tingkat pendapatan terendah terdapat pada lembaga pemasaran along-along, hal ini disebabkan karena along-along memiliki biaya pemasaran yang tinggi dan juga volume ikan yang dijual dalam jumlah yang sedikit. Pendapatan yang didapat merupakan laba bersih yang sudah dikurangi biaya pemasaran.

Ikan Tenggiri

Margin pemasaran (*Marketing Margin*) ikan Tenggiri yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada along-along Rp. 7.000,- (14%), pedagang pengecer Rp. 3.000,- (6%), tauke Rp. 3.000,- (6%) dan agen Rp. 2.000,- (4%). Berdasarkan nilai

margin keuntungan (*net benefit margin*), tauke yang membeli ikan langsung dari nelayan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 159 ,-per kilogram ikan dengan volume ikan 350 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 1.669.500,- per bulan. Agen yang merupakan penyalur kepada pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.355,-per kilogram ikan dengan volume ikan 40 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 1.626.000,- per bulan. Pedagang pengecer memperoleh keuntungan sebesar Rp. 2.125,- per kilogram ikan dengan volume 15 kg/hari memperoleh pendapatan sebesar Rp. 956.250,- perbulan. Dan along-along memperoleh keuntungan sebesar Rp. 4.500,- per kilogram ikan dengan volume ikan 5 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 675.000,- per bulan.

Tingkat pendapatan tertinggi terdapat pada lembaga pemasaran tauke dan tingkat pendapatan terendah diperoleh oleh lembaga pemasaran along-along. Hal ini disebabkan karena along-along menjual ikan dengan harga yang tidak terlalu tinggi dan along-along menjual ikan dengan volume yang sedikit. Pendapatan yang didapat merupakan laba bersih yang sudah dikurangi biaya pemasaran.

Ikan Pari

Margin pemasaran (*Marketing Margin*) ikan Pari yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada tauke Rp. 14.000,- (26,4 %), along-along Rp. 7.000,- (13,2 %), pedagang pengecer Rp. 4.000,- (7,5 %) dan agen Rp. 2.000,- (3,8 %). Berdasarkan nilai margin keuntungan (*net benefit margin*), tauke yang membeli ikan langsung dari nelayan memperoleh

keuntungan sebesar Rp. 11.159 ,-per kilogram ikan dengan volume 147 kg/hari memperoleh pendapatan sebesar Rp. 1.511.190,- per bulan. Agen yang merupakan penyalur kepada pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.355,-perkilogram ikan dengan volume sebesar 20 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 813.000,- per bulan, pedagang pengecer memperoleh keuntungan sebesar Rp. 3.125,-perkilogram ikan dengan volume 10 kg/hari memperoleh pendapatan sebesar Rp. 937.500,- per bulan. Dan along-along memperoleh keuntungan sebesar Rp. 4.500,-perkilogram ikan dengan volume ikan 5 kg/hari memperoleh pendapatan Rp 675.000,- per bulan.

Tingkat pendapatan tertinggi terdapat pada lembaga pemasaran tauke hal ini disebabkan karena harga jual yang tinggi dan volume ikan yang dijual dalam skala yang banyak. Sedangkan tingkat pendapatan terendah terdapat pada lembaga pemasaran along-along, hal ini disebabkan karena biaya pemasaran yang tinggi dan volume penjualan yang sedikit.

Ikan Sembilang

Margin pemasaran (*Marketing Margin*) ikan sembilang yang paling tinggi berturut-turut terjadi pada along-along Rp. 7.000,- (23,3 %), pedagang pengecer Rp. 4.000,- (13,3 %), tauke Rp. 3.000,- (10 %) dan agen Rp. 2.000,- (6,7 %). Berdasarkan nilai margin keuntungan (*net benefit margin*), tauke yang membeli ikan langsung dari nelayan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 159 ,-per kilogram ikan dengan volume ikan 350 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 1.669.500,- per

bulan. Agen yang merupakan penyalur kepada pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.355,-perkilogram ikan dengan volume ikan 40 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 1.626.000,- perbulan , pedagang pengecer memperoleh keuntungan sebesar Rp. 3.125,-perkilogram ikan dengan volume 15 kg/hari memperoleh pendapatan Rp. 1.406.250,- per bulan. Dan along-along memperoleh keuntungan sebesar Rp. 4.500,- perkilogram ikan dengan volume 5 kg/hari memperoleh pendapatan sebesar Rp. 945.000,- perbulan.

Tingkat pendapatan tertinggi terdapat pada lembaga pemasaran tauke, hal ini disebabkan karena tauke menjual ikan dengan skala yang cukup banyak. Sedangkan pendapatan terendah terdapat pada lembaga pemasaran along-along, hal ini disebabkan karena biaya pemasaran yang cukup tinggi dan jumlah ikan yang dijual hanya sedikit. Pendapatan yang didapat merupakan laba bersih yang sudah dikurangi biaya pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap distribusi dan margin pemasaran hasil tangkapan ikan di Bangliao Hasan Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Rantai distribusi komoditas ikan tangkap di Bangliao Hasan terdapat dua saluran, yaitu: saluran distribusi *pertama*, dari nelayan ke bangliao ke agen ke rumah makan; *kedua*, dari nelayan ke bangliao ke

agen ke pedagang pengecer dan along-along ke konsumen.

2. Total margin pemasaran tertinggi terdapat pada jenis ikan Pari sebesar Rp. 31.000,-. Hal ini disebabkan karena ikan pari yang dibeli dari nelayan dalam keadaan utuh sedangkan tauke menjual ikan pari kepada agen sudah dalam keadaan dipotong-potong atau hanya dagingnya saja. Sedangkan total margin pemasaran terendah terdapat pada jenis ikan Tenggiri sebesar Rp. 19.000,-. Hal ini disebabkan karena masing-masing dari lembaga pemasaran tidak banyak dalam mengambil keuntungan. Pendapatan tertinggi lembaga pemasaran terdapat pedagang pengecer dalam jenis ikan Bawal Putih sebesar Rp. 2.475.000,- per bulan, hal ini

1. para nelayan untuk menjual ikan langsung kepada konsumen. Salah satunya yaitu ada peran dari istri atau keluarga untuk ikut dalam pemasaran ikan ini.
2. Perlu adanya sosialisasi dari lembaga institusi publik untuk membantu para nelayan dalam hal permodalan, seperti memfasilitator antara nelayan dengan lembaga permodalan baik itu bank, koperasi atau lembaga lain sehingga para nelayan tidak lagi meminjam bantuan dari non Bank, dalam hal ini adalah tauke atau rentenir.

disebabkan karena pedagang pengecer memiliki biaya pemasaran yang rendah dan margin yang dimiliki cukup tinggi. Sedangkan pendapatan terendah terdapat pada lembaga pemasaran along-along dalam jenis ikan Tenggiri dan Pari sebesar Rp. 675.000,- per bulan, hal ini disebabkan karena along-along menjual dalam jumlah kecil dan memiliki biaya pemasaran yang tinggi.

Saran

Ketidakterlibatan nelayan secara langsung ke dalam pasar membuat nelayan tidak mendapat penghasilan lebih untuk menambah pemasukan untuk keluarga nelayan tersebut. Hendaknya ada inisiatif sendiri dari

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Bungin. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hendrik. 2010. Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin Di Kecamatan Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah Sumatera Utara. *Jurnal Perikanan Dan Kelautan* : 83-88.
- Rahim, Abd., dan Hastuti, D.R.D. 2007. *Ekonomi Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus*. Penebar Swadaya.
- Ruslan, R. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Malang : Universitas Muhamadiyah Malang.

Yin, R. K. 2002. Studi kasus (Desain dan Metode). Raja Grafindo Persada. Jakarta.