

Intisari

ANALISIS PEMASARAN IKAN NILA DI TINGKAT PEDAGANG PENGUMPUL DI DESA JANTI KECAMATAN POLANHARJO KABUPATEN KLATEN

Sarah Marietta Chriesty

*Departemen Perikanan, Fakultas Pertanian
Universitas Gadjah Mada*

Penelitian ini bertujuan untuk: a) memberikan gambaran tentang Desa Janti dan produksi perikanan yang ada di desa, dan b) menjelaskan tentang pedagang pengumpul ikan nila di Desa Janti: profil, fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan, margin pemasaran, dan keuntungan yang diperoleh dari usahanya. Pengumpulan data lapangan dilakukan pada 1 Desember 2019-31 Januari 2020. Data primer diperoleh dari tujuh orang pedagang pengumpul yang diwawancarai menggunakan kuesioner, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari monografi desa dan BPS Kabupaten Klaten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Desa Janti sumber daya air yang berasal dari *umbul* cukup untuk mendukung budidaya perikanan. Produksi ikan paling tinggi pada tahun 2018 adalah nila merah. Profil pedagang pengumpul ikan nila sebagai berikut: 57,2 % berusia kurang dari 50 tahun, sebagian besar (71,4%) lulus SMP dan SMA, dan 51,1% mempunyai pekerjaan lain. Fungsi pemasaran yang dilakukan meliputi pembelian, penjualan, pendistribusian, pemberian informasi pasar, pembiayaan, penanganan risiko, dan standardisasi. Margin pemasaran sebesar Rp.3.080,00/ kg dan keuntungan per kilogram sebesar Rp.2.167. Dalam satu bulan pedagang pengumpul menjual ikan nila rata-rata 14,3 ton, sehingga keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.31.022.024.

Kata kunci: pemasaran, ikan nila , pedagang pengumpul, Kabupaten Klaten.

Abstract

MARKETING ANALYSIS OF TILAPIA AT MIDDLEMAN LEVEL IN JANTI VILLAGE POLANHARJO SUB-DISTRICT KLATEN REGENCY

Sarah Marietta Chriesty

*Departemen Perikanan, Fakultas Pertanian
Universitas Gadjah Mada*

The aims of this study were to: a) described the natural resources and infrastructure in Janti village which support freshwater fish farming b) explained about the middleman of tilapia in Desa Janti : their profile, marketing function applied, estimate the margin, marketing cost, and profit of tilapia. Field data were collected from 1 December 2019-31 January 2020. Primary data were obtained from interviewing 7 tilapia's middleman via questionnaire, while secondary data were obtained from Janti's village monography and CBS-Statistic of Klaten Regency. The study showed that the water resource from *umbul* in Janti village has sufficient to support aquaculture activities. The highest fisheries production in 2018 was tilapia. The profile of tilapia's middleman: 57.2 % were younger than 50 years old, majority (71.4 %) were graduated from junior and senior high school, and 51.1% has alternative jobs. Marketing function applied consist of purchasing, selling, distributing, marketing information, financing, risk management and standardization. Marketing margin was Rp3,080/kg and profit was Rp2.167/kg. In a month, tilapia's middleman sold 14,3 tons of fish on average, so the profit gained was Rp31.022.024.

Key word: marketing, live tilapia, tilapia's middleman, Klaten Regency.