

**ANALISIS PEMASARAN KERANG KIJING/LOKAN  
(*Pilsbryoconcha exilis*) (STUDIKASUS : DESA SITI AMBIA  
KECAMATAN SINGKIL KABUPATEN ACEH SINGKIL)**

**S K R I P S I**

Oleh :

**NELI DAMAI YANTI  
NPM : 1704300038  
Program Studi : AGRIBISNIS**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2021**

**ANALISIS PEMASARAN KERANG KIJING/LOKAN  
(*Pilsbryoconcha exilis*) (STUDI KASUS : DESA SITI AMBIA  
KECAMATAN SINGKIL KABUPATEN ACEH SINGKIL)**

**S K R I P S I**

Oleh :

**NELI DAMAI YANTI  
NPM : 1704300038  
Program Studi : AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan strata 1 (S1) pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**Komisi Pembimbing**



**Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si.  
Ketua**



**Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si.  
Anggota**

**Disahkan Oleh :  
Dekan**



**Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si**

## RINGKASAN

**Neli Damai Yanti. Judul Penelitian: “Analisis Pemasaran Kerang Kijing/Lokan ( *Pilsbryoconcha exilis* ) Studi Kasus : Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil”** Dibimbing oleh : Khairunnisa Rangkuti S.P.,M.Si. sebagai ketua komisi pembimbing dan Ainul Mardhiyah S.P.,M.Si. sebagai anggota komisi pembimbing. Penelitian dilaksanakan di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil pada bulan Juni 2021. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Pemasaran Kerang Kijing/lokana (*Pilsbryoconcha exilis*), mengetahui saluran pemasaran yang terjadi di setiap rantai pemasaran menghitung margin pemasaran dan untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran. Daerah lokasi penelitian sangat terkenal sebagai penghasil Kerang Kijing/lokana. Data primer diperoleh dengan cara wawancara dan kuesioner langsung dengan responden. Dalam penelitian ini banyak sampel yang di ambil 60 di antaranya 40 nelayan dan lembaga yang terkait 8 pedagang pengepul dan 12 pedagang pengecer. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis di penelitian ini adalah dengan metode total sampling. Analisis data yang digunakan adalah alat analisis biaya dan margin pemasaran (*cost margin analysis*) yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada tiap lembaga perantara pada berbagai saluran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

(1) Saluran pemasaran kerang Kijing/Lokana di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil adalah 2 Saluran Pemasaran yang pertama (I) terdiri dari Nelayan – Pedagang Pengepul – Pedagang Pengecer – konsumen, dan yang kedua (II) yaitu Nelayan – Pedagang Pengecer – Konsumen. (2) Margin pemasaran di setiap saluran pemasaran terdapat perbedaan di setiap saluran pemasaran, seperti pada saluran Pertama (I) harga jual ke konsumen mencapai Rp.53.400,-/Kg untuk ukuran besar, Rp.29.000,-/Kg untuk ukuran sedang, dan Rp.17.700,-/Kg untuk ukuran kecil. Berarti selisih harga nelayan sampai ke konsumen mencapai Rp.6000/Kg untuk ukuran besar, Rp.6.775/Kg untuk ukuran sedang, dan Rp.5.450/Kg untuk ukuran kecil. Sama halnya seperti saluran pemasaran Kedua (II). (3) Tingkat saluran pemasaran pada penelitian dari dua saluran pemasaran ini di katakan efisien, untuk saluran pemasaran Pertama (I) efisiensi pemasaran sebesar 23,0% dan saluran pemasaran Kedua (II) efisiensi pemasaran sebesar 10,1%. Jadi keduanya termasuk kedalam efisien karena persentase <33%.

**Kata Kunci :** *Nelayan Kerang Kijing/lokana, saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi*

## SUMMARY

**Neli Damai Yanti. Research Title: "Marketing Analysis of Kerang Kijing /Lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) Case Study: Siti Ambia Village Singkil District of Aceh Singkil Regency"** Guided by: Khairunnisa Rangkuti S.P., M.Si. as chairman of the guidance commission and Ainul Mardhiyah S.P., M.Si. as a member of the guidance commission. The research was conducted in Siti Ambia Village of Singkil District of Aceh Singkil Regency in June 2021. This research aims to analyze The Marketing of Kerang Kijing / lokan (*Pilsbryoconcha exilis*), find out the marketing channels that occur in each marketing chain calculates marketing margins and to find out the efficiency of marketing channels. The area of the research site is very famous as a producer of Kerang Kijing / lokan. Primary data is produced by way of interviews and questionnaires directly with respondents. In this study many samples were taken 60 of them 40 fishermen and related institutions 8 merchants and 12 retailers. The determination of the number of samples used by the authors in this study is by the total sampling method. Data analysis used is a cost analysis tool and marketing margin analysis (cost margin analysis) that is by calculating the amount of costs, profits and marketing margins at each intermediary institution on various marketing channels. The results showed that:

(1) Kijing /Lokan shell marketing channel in Siti Ambia Village Singkil District of Aceh Singkil Regency is the first 2 Marketing Channels (I) consisting of Fishermen – Merchants - Merchants - Retailers – consumers, and the second (II) namely Fishermen - Retailer Traders - Consumers. (2) Marketing margin in each marketing channel is different in each marketing channel, such as on the First channel (I) the selling price to consumers reaches Rp.53,400,-/Kg for large sizes, Rp.29,000,-/Kg for medium sizes, and Rp.17,700,-/Kg for small sizes. This means that the difference in the price of fishermen to consumers reaches Rp.6000 / Kg for large sizes, Rp.6,775 / Kg for medium size, and Rp.5,450 / Kg for small sizes. It's the same as the Second (II) marketing channel. (3) The level of marketing channels in the research of these two marketing channels is said to be efficient, for the First marketing channel (I) marketing efficiency by 23.0% and the Second marketing channel (II) marketing efficiency by 10.1%. So both are included in efficient because the percentage of <33%.

**Keywords:** *Fishermen Shellfish Kijing/lokana, marketing channels, of marketing margins and efficiency*

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**Neli Damai Yanti.** dilahirkan pada tanggal 12 Juli 1999 di Rimo Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil. Merupakan anak ke-1 dari 4 bersaudara dari pasangan Ayahanda Rukun Damai dan Ibunda Suriati Amd.Kes.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2011 menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 3 Rimo di Desa Sianjo-Anjo Meriah, Gunung Meriah, Aceh Singkil, Aceh.
2. Tahun 2014 menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Gunung Meriah, di Desa Rimo, Gunung Meriah, Aceh Singkil, Aceh.
3. Tahun 2017 menyelesaikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Gunung Meriah di Desa Suka Makmur, Gunung Meriah, Aceh Singkil, Aceh
4. Tahun 2017 melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian UMSU antara lain :

1. Mengikuti Pengenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa Baru (PKKMB) Fakultas Pertanian UMSU Tahun 2017.
2. Mengikuti MASTA (Masa Ta'aruf) PK IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) Fakultas Pertanian UMSU Tahun 2017.
3. Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanjung Siporkis Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang Tahun 2020.

4. Melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Balai Penelitian Sungei Putih Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang pada 2020.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Tidak lupa penulis haturkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Adapun judul penelitian ini, **“Analisis Pemasaran Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) Studi Kasus : Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil”**

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua serta seluruh keluarga yang telah banyak memberikan doa dan dukungannya baik secara moral maupun material kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. Sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. Sebagai Ketua Komisi Pembimbing yang selalu mendukung dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si. Sebagai anggota Komisi Pembimbing yang juga selalu mendukung dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Dr. Ir. Wan Arfiani Barus, M.P. Sebagai Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P. sebagai Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Juwita Rahmadani Manik, S.P., M.Si. Sebagai Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Mailina Harahap S.P., M.Si. Sebagai Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ibu dan Bapak Dosen di Fakultas pertanian terkhusus Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
10. Seluruh jajaran Staf Biro Fakultas Pertanian yang membantu penulis dalam

menyelesaikan kegiatan administrasi dan akademis penulis.

11. Seluruh teman – teman stambuk 2017 seperjuangan terkhusus AGB-1 Program Studi Agribisnis atas bantuan dan dukungannya.

Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Medan, Januari 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	4
Tujuan Penelitian .....	4
Kegunaan Penelitian.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
Morfologi Kerang Kijing/Lokan.....	6
Klasifikasi Kerang Kijing/Lokan.....	7
Pemasaran.....	10
Fungsi-Fungsi Pemasaran .....	12
Bentuk Distribusi Pemasaran .....	13
Margin Pemasaran.....	16
Efisiensi Pemasaran.....	17
Penelitian Terdahulu.....	18
Kerangka Pemikiran .....	20
METODE PENELITIAN .....	22
Penentuan Lokasi Penelitian.....	22
Jenis dan Sumber Data .....	23
Metode Penentuan dan Penarikan Sampel.....	23
Metode Analisis Data .....	23
Definisi dan Batasan Operasional .....	25
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN .....	28
Letak dan Luas Desa .....	28

Topografi Daerah .....	29
Jumlah Desa/Kelurahan .....	29
Penggunaan Lahan .....	29
Sarana dan Prasarana Umum .....	30
Karakteristik Sampel Nelayan Kerang Kijing/Lokan .....	30
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
Saluran Pemasaran .....	35
Margin Pemasaran .....	36
Efisiensi Pemasaran.....	40
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>43</b>
Kesimpulan .....	43
Saran .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>45</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>47</b>
<b>DOKUMENTASI.....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kandungan gizi Kerang Kijing/Lokan ( <i>Pilsbryoconcha exilis</i> )...	10
2.	Sarana dan Prasarana umum yang ada di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil) .....	30
3.	Karakteristik Responden Nelayan .....	31
4.	karakteristik Responden Pedagang Pengepul .....	32
5.	Karakteristik Responden Pedagang Pengecer .....	33
6.	Biaya Pemasaran dan Margin Pemasaran Kerang Kijing/lokan Tahun 2021 Pada Saluran Pertama (I) .....	37
7.	Biaya Pemasaran dan Margin Pemasaran Kerang Kijing/lokan Tahun 2021 Pada Saluran Kedua (II) .....	39
8.	Efisiensi Pemasaran Kerang Kijing/lokan.....	42

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	21

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Surat izin penelitian dari kantor Desa Siti Ambia.....	47
2.	Karakteristik Responden Nelayan.....	48
3.	karakteristik Responden Pedagang Pengepul .....	51
4.	karakteristik Responden Pedagang Pengecer.....	52
5.	Kuesioner Penelitian.....	53

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang mempunyai potensi dan peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Pembangunan perikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional ekonomi dan termasuk prospek bisnis yang cukup besar. Peranan sektor perikanan dalam pembangunan nasional terutama bisa dilihat dari fungsinya sebagai penyedia bahan baku pendorong agroindustri, peningkatan devisa melalui penyediaan ekspor hasil perikanan, penyedia kesempatan kerja, peningkatan pendapatan nelayan atau pembangunan daerah, serta peningkatan kelestarian sumberdaya perikanan dan lingkungan hidup (Direktorat Jenderal Perikanan, 2015).

Kabupaten Aceh Singkil dengan Ibukota Singkil adalah sebuah kabupaten yang berada di ujung selatan Provinsi Aceh di Pulau Sumatera. Letak geografis kabupaten Aceh singkil berada pada posisi 200°2"-2036'40" LU dan 97004'54"-98011'47" BT. Letak administrasi kabupaten Aceh Singkil yaitu sebelah utara berbatasan dengan kota Subulussalam; selatan dengan Samudera Indonesia; timur dengan Provinsi Sumatera Utara dan barat dengan Kabupaten Aceh selatan. Kabupaten ini terdiri dari dua wilayah yaitu daratan dan kepulauan, kepulauan yang menjadi bagian dari Aceh Singkil adalah Pulau banyak dan Pulau Banyak Barat ( Nainggolan, 2019 ).

Kabupaten Aceh singkil merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki potensi pada sektor perikanan yang cukup berkembang. Hal ini ditandai dengan adanya Pelabuhan Laut Aceh Singkil. Desa Siti Ambia, Kecamatan Singkil merupakan daerah konsentrasi nelayan. Sebagian besar penduduk di

wilayah ini bermata pencaharian dibidang perikanan baik sebagai nelayan maupun pengolah produk perikanan (BPS, 2019). Nelayan tradisional di kecamatan Singkil mayoritas adalah nelayan yang memiliki target ikan dan kerang tangkapan jenis ikan seperti ikan tongkol, layang, udang, kepiting dan juga kerang. Keadaan topografi wilayah kecamatan singkil sebagian besar merupakan daerah pesisir dan daerah Aliran Sungai. Menurut BPS Provinsi Aceh Singkil, singkil juga merupakan pengeksport kerang terbesar di Indonesia, pada tahun 2015 Aceh singkil mampu mengeksport 11.859 ton, kemudian pada tahun 2016 Aceh singkil kembali lagi mengeksport sebesar 54.801 ton, Sementara itu tahun 2017 Aceh singkil kembali lagi mengeksport berkelanjutan dan bebas logam ini mencapai 70.000 ton. Yang sangat membantu perekonomian membantu peningkatan ekonomi nelayan di Aceh singkil khususnya desa siti ambia. Maka dari itu kian tahun proses ekspor kerang ke luar negeri kian meningkat, sebagian besar kerang-kerang ini di ekspor ke belahan Negara eropa dan thailand.

Kijing lokal adalah salah satu biota yang terdapat di sungai kilangan yang tepatnya berada di Aceh Singkil. Berdasarkan pengamatan tentang pemanfaatan kijing di Aceh Singkil masih belum optimal karena informasi dan pengetahuan masyarakat terhadap pengolahan pada bahan baku tersebut masih minim. Kijing lokal ini telah dikonsumsi oleh masyarakat setempat sebagai salah satu alternatif sumber makanan selain kerang-kerangan dari laut, tetapi umumnya hanya diolah dengan cara dikukus, sate, dan digoreng salah satunya bisa diolah menjadi kripik crispy sebagai jajanan masyarakat yang kaya akan manfaat dan gizi yang tinggi (Abdullah, 2010).

Kijing/Lokan air tawar (*Pilsbryoconcha exilis*) banyak dimanfaatkan di dalam kehidupan sehari-hari karena memiliki nilai gizi yang tinggi, yaitu kadar protein 7,73%, lemak 0,78%, karbohidrat 3,3%, air 87,0%, dan abu 1,6%, serta komposisi asam amino esensial yang lengkap. Disamping itu, kerang kijing juga memiliki kandungan asam lemak tak jenuh yang dibutuhkan oleh tubuh, terutama untuk mencerdaskan otak pada usia dini dan pertumbuhan, seperti eukos pentanoic acid (EPA) dan dokosopetanoic acid (DHA) (Hayati dkk, 2015).

Fenomena yang dihadapi dalam bidang penelitian ini adalah terdapat banyaknya komoditi kerang Kijing/lokan yang dihasilkan di sungai desa Siti Ambia. Pemasaran kerang Kijing/lokan biasanya dijual di pasar-pasar tradisional yang ada di Aceh Singkil dan penjualannya juga sampai keluar daerah atau kabupaten. Para penduduk di desa tersebut menggantungkan hidupnya sebagai nelayan kerang Kijing/lokan yang berada di sungai desa Siti Ambia tersebut, terlebih lagi untuk mencari kerang Kijing/lokan mereka harus mempertaruhkan nyawa karena kerang Kijing/lokan tersebut merupakan tempat buaya bersarang. Nelayan pencari kerang Kijing/lokan bukan hanya laki-laki tetapi juga banyak perempuan yang ikut membantu perekonomian keluarganya dengan bekerja sebagai pencari kerang Kijing/lokan. Kemudian kerang yang berukuran kecil dibeli oleh penduduk desa Pulo Sarok dan membuka usaha oleh-oleh khas Aceh Singkil yang laku dipasarkan hingga ke belanda dan mekkah, namun penjualan ke luar negeri sejauh ada yang memesan saja dan belum rutin memasok pasar.

### **Rumusan Masalah**

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian pemasaran kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil adalah :

1. Bagaimana saluran pemasaran kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.?
2. Bagaimana margin dari masing-masing pemasaran kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran dari masing-masing pemasaran kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.?

### **Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.?
2. Untuk mengetahui margin dari masing-masing pemasaran kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.?
3. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dari masing-masing pemasaran kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.?

**Kegunaan Penelitian**

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui distribusi saluran pemasaran kerang kijing/lokan (*Pilsbryconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.
2. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui efisiensi usaha kerang kijing/lokan (*Pilsbryconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.
3. Untuk menyelesaikan studi strata-1 di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Morfologi Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*)

Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) merupakan hewan moluska (binatang lunak) yang memiliki dua buah cangkang (bivalvia).

Klasifikasi Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) menurut

Bahri, S (2016) adalah sebagai berikut :

Kingdom : Animalia  
Filum : Moluska  
Kelas : Pelecypoda (Bivalvia)  
Ordo : Eulamellibranchiata  
Famili : Unionidae  
Genus : *Pilsbryconcha*  
Spesies : *Pilsbryconcha exilis*

Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) termasuk ke dalam filum moluska. Ciri umum dari filum ini mempunyai bentuk tubuh bilateral atau simetri, tidak beruas-ruas, tubuh lunak dan ditutupi mantel yang menghasilkan zat kapur, bentuk kepala jelas, tubuhnya berbentuk pipih secara lateral dan memiliki dua cangkang (valve) berengsel dorsallyang menutupi seluruh tubuh membuatnya termasuk kedalam kelas pelecypoda. Famili unionidae pada umumnya banyak ditemukan di kolam-kolam, danau, sungai,situ, atau perairan tawar lainnya.

### **Klasifikasi Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryoconcha exilis*)**

Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) merupakan salah satu jenis kerang yang bernilai ekonomis tinggi dan harganya terjangkau masyarakat. Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) bermanfaat sebagai antioksidan dalam sistem pertahanan tubuh terhadap reaksi oksidasi radikal bebas.

Di bawah ini ada beberapa jenis kerang yang biasa di konsumsi:

#### **1. Kerang Kijing**

Kerang kijing atau dalam bahasa melayu disebut dengan remis. Lain lagi dengan bahasa sunda disebut haremis. Walaupun bentuknya mirip dengan kerang hijau tetapi kijing hidup di air tawar. Dalam endapan sungai berpasir kijing ini biasanya hidup. Warnanya coklat gelap dan dapat disajikan dalam sajian saus padang.

#### **2. Kerang Darah**

Banyak terdapat di wilayah Asia Timur dan Asia Tenggara. Mengapa disebut kerang darah karena binatang dalam anggota suku Arcidae ini menghasilkan hemoglobin dalam cairan yang berwarna merah yang dikeluarkannya. Walaupun hanya direbus kerang ini cukup enak untuk dimakan.

#### **3. Kerang Hijau**

Kerang hijau termasuk binatang lunak yang hidup di laut terutama pada daerah litoral, memiliki sepasang cangkang (bivalvia), berwarna hijau egak kebiruan. Insangnya berlapis-lapis (Lamelii branchia) dan berkaki kapak (Pelecypoda) serta memiliki benang byssus. Kerang hidup dengan baik pada perairan dengan kisaran kedalaman 1 m sampai 7 m, memiliki toleransi terhadap perubahan salinitas antara 27-35 per mil.

#### 4. Kerang Bambu

Mengapa jenis ini disebut dengan kerang bambu, karena memang kulit cangkangnya yang menyerupai bentuk satu ruas bambu. Biasanya kerang ini memiliki ukuran sebesar jari telunjuk orang dewasa. Jika dibuka persis dengan bambu yang dibelah. Dagingnya memanjang memenuhi ruang dalam cangkangnya. Kerang ini cocok diolah dengan berbagai jenis bumbu.

#### 5. Kerang Bulu

Bentuknya lebih mirip dengan kerang darah hanya saja kerang ini memiliki bulu halus disekitar cangkangnya. Sebelum merebus jenis kerang ini sebaiknya dicuci terlebih dahulu dan bilas beberapa kali untuk menghindari air rebusannya kotor dari bulu-bulunya. Jika air perebusnya kotor dapat diulang atau dibilas kembali, Kerang bulu banyak dijual dipinggiran jalan.

#### 6. Kerang Sumping

Kerang Sumping hidup di hamparan dasar perairan. Kerang Sumping adalah hewan air yang memiliki sepasang cangkang. Kerang sumping memiliki bentuk tubuh sedikit bundar, pipih dan cangkangnya cenderung transparan. Bentuknya yang unik membuat cangkangnya sering dijadikan bahan kerajinan tangan dan asesoris wanita. Dagingnya pun bisa dikonsumsi sebagai makanan pengganti, selain ikan dan udang. Ukuran cangkang juvenil kerang sumping berdiameter sekitar 40 mm, ukuran dewasa dapat mencapai 150 mm.

#### 7. Kerang Kampak

Kerang kampak atau scallop lebih mirip dengan kerang sumping. Namun kulit kerang kampak tak setipis kerang sumping. Tekstur kulitnya pun tak sehalus kulit kerang sumping. Kulit kerang kampak lebih tebal dan kasar atau bermotif.

Karena bentuk yang menyerupai kampak inilah kerang ini disebut Kerang Kampak.

#### 8. Kerang Tahu

Kerang tahu memiliki kulit keras dengan tekstur yang licin dengan guratan guratan hitam keabu-abuan. Warna daging kerang yang putih seperti tahu inilah yang menjadikannya disebut kerang tahu. Kebanyakan kerang jenis ini diolah dalam berbagai masakan China.

#### 9. Kerang Gonggong

Bentuk cangkangnya akan mengingatkan kita dengan alat tiup dari kulit kerang namun hanya saja ukurannya lebih kecil. Kerang ini banyak terdapat di Batam dan kepulauan Riau. Teksturnya sedikit kenyal dengan rasa yang gurih, jenis kerang inilah yang menjadi primadona hidangan seafood disana.

#### 10. Kerang Macan

Kerang ini sangat mudah dikenali. Dari motif kulit cangkangnya yang menyerupai kulit macan tutul inilah mengapa jenis kerang ini dinamai kerang macan. Kerang ini bisa dinikmati dengan cara direbus dan disajikan dengan cocolan saus atau diolah menjadi berbagai sajian lain.

#### 11. Kerang Nenek

Tak seperti kerang yang lain jenis kerang ini memiliki bentuk yang unik. Bentuknya seperti siput dengan cangkang panjang dan runcing dibagian belakang atau ujungnya. Untuk membersihkannya bagian ujung atau yang runcing inilah yang dipotong untuk mengeluarkan kotorannya.

#### 12. Kerang Tiram

Adalah sekelompok kerang-kerangan dengan kulit cangkang pipih dan berkapur. Kerang yang juga disebut dengan oyster ini memiliki taktur daging

kerang yang lembut. Karena kandungan kalsiumnya yang tinggi maka kerang dapat membantu membangun tulang yang kuat.

Menurut Suhardjo dalam Purwati Ningsih (2009) kijing kaya akan asam amino esensial terutama leusin dan lisin. Kandungan zat gizi dari kijing dengan ukuran panjang kurang dari 9 cm yang berasal dari Cibalagung dan kebun Raya Bogor dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

Tabel 1. Kandungan gizi Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*).

Kandungan Gizi	Jumlah %
Kadar Air	81,54
Kadar Abu	3,08
Kadar Protein	8,90
Kadar Lemak	1,04
Kadar Karbohidrat	5,44

Sumber : Nurjanah., dkk 2012.

### **Pemasaran**

Pemasaran merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha. Karena hasil akhir dari proses produksi penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Proses pemasaran memerlukan pihak lain yang disebut lembaga pemasaran. Pengembangan usaha kijing/lokan harus adanya keterpaduan antara kegiatan-kegiatan produksi yang selama ini dikaitkan dengan peningkatan pemasaran ( Kusuma, 2017 ).

Dalam pemasaran ini barang barang mengalir dari produsen sampai kepada konsumen akhir yang disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan manajemen pemasaran sebagai ilmu dan untuk memilih

pasar sasaran, untuk mendapatkannya, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyerahan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang super. Pemasaran adalah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa, dan faktor terpenting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi dimana pemasaran sebagai penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi (Lina, A, 2015).

Distribusi produk akan menghubungkan petani dengan konsumen yang membutuhkan produk tersebut. Proses pendistribusian tersebut terangkai dalam sistem pemasaran. Pemasaran adalah suatu runtutan kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari titik produsen ke titik konsumen. Dari definisi ini paling tidak ada tiga hal yang perlu menjadi perhatian. Yang pertama yaitu kegiatan yang disebut sebagai jasa adalah suatu fungsi yang dilaksanakan dalam kegiatan pemasaran. Fungsi ini bertujuan untuk mengubah produk berdasarkan *bentuk (form)*, *waktu (time)*, *tempat (place)* atau *kepemilikan (possesion)*. Yang kedua adalah titik produsen atau petani. Yang ketiga adalah titik konsumen. Tujuan dari suatu pemasaran adalah menyampaikan produk ke konsumen akhir sebagai transaksi akhir (Anindita, 2016).

Secara umum saluran pemasaran dapat dibedakan atas dua saluran yaitu: saluran pemasaran secara langsung dan saluran pemasaran melalui perantara. Jika pemasaran dilakukan secara langsung, harga yang diterima produsen sama dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Dengan demikian produsen akan mendapatkan harga yang wajar sementara konsumen mempunyai daya beli yang tinggi, disamping itu juga konsumen mendapatkan produk dalam keadaan yang

segar, sedangkan pemasaran yang melalui perantara akan melibatkan pedagang lain (Kotler, 2016).

### **Fungsi-fungsi Pemasaran**

Proses pengiriman barang dari tingkat produsen ke konsumen memerlukan berbagai kegiatan atau tindakan yang dapat memperlancar proses penyampaian barang atau jasa bersangkutan dan kegiatan tersebut dinamakan fungsi-fungsi pemasaran. Menurut (Alma, 2017). Fungsi pemasaran merupakan kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran. Fungsi-fungsi tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu :

1. Fungsi pertukaran, adalah kegiatan-kegiatan yang terlibat dalam pemindahan hak milik dari barang dan jasa dipasarkan. Dalam pemasaran, fungsi merupakan titik di mana harga ditentukan. Fungsi pertukaran terdiri dari dua fungsi, yaitu :

(1) fungsi pembelian, meliputi kegiatan mencari barang dari sumber asal produksi, pengumpulan barang dan kegiatan yang berkaitan dengan pembelian.

(2) fungsi penjualan, meliputi berbagai kegiatan yang menyangkut penjualan seperti promosi, pemasangan iklan dan berbagai kegiatan yang menciptakan permintaan.

2. Fungsi fisik, adalah semua tindakan yang langsung berhubungan atau melibatkan handling (perlakuan), pemindahan dan perubahan fisik dari suatu komoditi. Fungsi ini melibatkan kapan, apa dan dimana dalam proses pemasaran yang dapat dikategorikan sebagai berikut :

a. Storage function, yakni fungsi penyimpanan yang ditujukan agar barang

tersebut tersedia pada waktu yang diinginkan, bertujuan untuk membantu penawaran sebagai persediaan.

b. Transportation function, yakni fungsi pengangkutan dengan penekanan terhadap penyediaan barang pada tempat yang sesuai. Fungsi ini dapat berjalan dengan baik dengan melakukan pemilihan alternative rute dan jenis transportasi yang digunakan. Fungsi ini termasuk kegiatan bongkar dan muat barang.

c. Prossessing fimction, merupakan kegiatan dari suatu pabrik yang bertujuan mengubah bentuk dari suatu barang.

3. Fungsi fasilitas, adalah semua tindakan yang bertujuan untuk memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fungsi fasilitas terdiri dari :

- a) Fungsi standarisasi, yakni penetapan dan perlakuan terhadap suatu produk agar seragam.
- b) Fungsi pembiayaan.
- c) Fungsi informasi pasar.

### **Bentuk Distribusi Pemasaran**

#### 1. Saluran Pemasaran

Masalah pemasaran komoditi pertanian pada dasarnya adalah bagaimana menyalurkan produk-produk pertanian dari produsen kepada konsumen dengan harga yang wajar dan biaya pemasaran minimal. Pemasaran hasil pertanian ditinjau dari bagian harga yang diterima oleh petani produsen dikatakan efisien apabila harga jual petani lebih dari 40% dari harga tingkat konsumen.

Philip kotler (2016) mengatakan, di dalam pemasaran terdapat beberapa pedagang perantara diantaranya:

#### a. Pedagang Pengumpul

Pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari produsen dan kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada pedagang lain.

#### b. Pedagang Besar

Pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul dan atau dari produsen, serta menjual kembali kepada pengecer dan pedagang lain atau kepada pembeli untuk industri, lembaga dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama pada konsumen akhir.

#### c. Pedagang Pengecer

Pedagang yang menjual barang hasil pertanian dari produsen ke konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil.

### 2. Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran

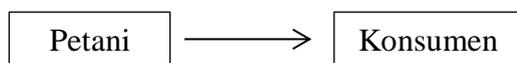
Secara umum biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usaha taninya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya pun merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu satuan alat tukar berupa uang yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usaha taninya. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran, biaya pemasaran meliputi biaya angkutan, biaya pengeringan, biaya retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lain disebabkan karena macam komoditi, lokasi pemasaran dan macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari semua keuntungan yang diperoleh dalam tiap lembaga

pemasaran. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan pemasaran (Rahmah, 2017).

Kotler dan Keller (2016). menggambarkan panjangnya saluran pemasaran dengan membagi saluran pemasaran dalam beberapa tingkatan, yaitu :

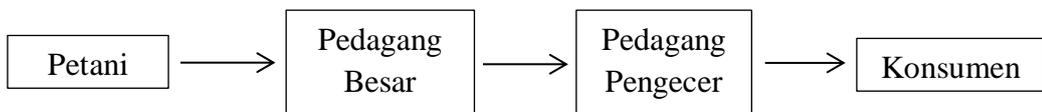
Saluran nol tingkat

Saluran ini disebut pula saluran pemasaran yang terdiri dari seorang produsen yang menjual langsung kepada konsumen.



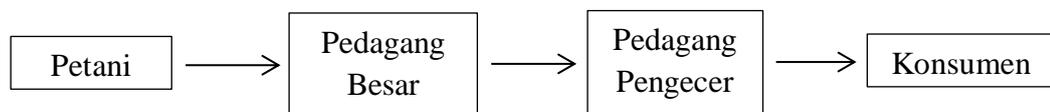
Saluran satu tingkat

Saluran ini mempunyai satu perantara penjualan, pada pasar konsumen, pedagang besar menjual langsung ke konsumen.



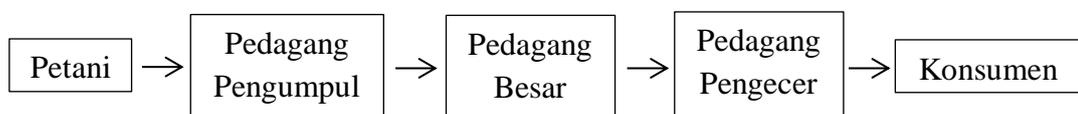
Saluran dua tingkat

Saluran ini mempunyai dua perantara, pada pasar konsumen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan menjual langsung ke konsumen.



Saluran Tiga tingkat

Saluran ini mempunyai tiga perantara, pada pasar konsumen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, dan menjual langsung ke konsumen.



Nelayan kerang kijing/lokan (*Pilsbryconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil melibatkan kegiatan-kegiatan yang saling melengkapi. Lembaga pemasaran mutlak diperlukan untuk membantu Penambak kerang kijing/lokan (*Pilsbryconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil dalam menyalurkan hasil panen sampai ketangan konsumen.

### **Margin Pemasaran**

Menurut Ilahude dalam Yusniawati, *dkk* (2016). Margin pemasaran adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli akhir. Biaya pemasaran akan semakin tinggi jika banyak pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran terhadap suatu produk sebelum sampai ke konsumen akhir. Semakin tinggi kualitas dari suatu produk yang diinginkan konsumen maka akan semakin meningkat biaya pemasarannya.

Margin pemasaran menunjukkan selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran. Margin pemasaran adalah perubahan antara harga produsen dan harga pedagang pengecer. Margin pemasaran hanya mempresentasikan perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen, tetapi tidak menunjukkan jumlah kuantitas produk yang di pasarkan (Rahim, 2016).

Distribusi margin pemasaran pada uraian di atas dijelaskan bahwa margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dan harga yang diterima petani ( $Pr-Pf$ ). Berdasarkan pemasaran dijelaskan bahwa margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya untuk melaksanakan fungsi-fungsi

pemasaran dan keuntungan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktifitas pemasaran suatu komoditi pertanian (Ilahude, 2013).

Masing-masing lembaga pemasaran ingin mendapatkan keuntungan dari komoditas yang diperdagangkannya. Oleh karena itu, harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran berbeda-beda. Hal ini menyebabkan harga di tingkat petani lebih rendah daripada di tingkat pengecer. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi, tergantung pada tingkat keuntungan yang diambil masing-masing lembaga pemasaran (Pranatagama, 2015). Keuntungan pemasaran atau marketing margin merupakan selisih harga yang dibayarkan ke produsen dan harga yang diberikan konsumen. Hal ini menyebabkan harga di tingkat petani lebih rendah daripada di tingkat pedagang perantara dan harga di tingkat pedagang perantara lebih rendah daripada di tingkat pengecer.

### **Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran diartikan sebagai perbandingan antara total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan. Efisiensi pemasaran dapat diketahui dengan melihat panjang pendeknya saluran pemasaran dalam memasarkan Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryoconha exilis*) Menurut Daniel dalam Arbi (2018), semakin pendek rantai tataniaga dari suatu barang hasil pertanian maka akan mengakibatkan biaya tataniaga semakin rendah, margin tataniaga juga akan semakin rendah, dan harga yang harus dibayarkan konsumen juga semakin rendah serta harga yang diterima produsen akan semakin tinggi, sehingga saluran pemasaran tersebut akan semakin efisien. Lembaga pemasaran dikatakan efisien apabila nilainya kurang dari satu atau 100 % dan lebih besar dari

nol ( $0 < E_p < 1$ ) artinya total biaya pemasaran lebih kecil dibandingkan total nilai produk yang dijual.

Seokartawi (dalam Rahim, 2016) mengemukakan bahwa efisiensi pemasaran akan terjadi jika:

- (1). Biaya pemasaran bisa ditekan sehingga ada keuntungan.
- (2). Pemasaran dapat lebih tinggi.
- (3). Perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi.
- (4). Tersedianya fasilitas pemasaran.

### **Penelitian Terdahulu**

(Ansari, 2019). “*Analisis Pemasaran Tambak Kerang Darah (Anadara granosa) (Studi Kasus : Desa Bagan Punak Pesisir Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pola Saluran Pemasaran Kerang Darah (*Anadara granosa*) Desa Bagan Punak Pesisir Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir) Menganalisis Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Kerang Darah (*Anadara granosa*) di Desa Bagan Punak Pesisir Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran kerang darah (*Anadara granosa*) di Desa Bagan Punak Pesisir. Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Dari penelitian tersebut diketahui bahwa ada 2 saluran pemasaran yang terjadi. Yang pertama (I) yaitu Penambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen. Saluran yang kedua (II) Yaitu Penambak – Pedagang Besar – Pedagang pengecer – Konsumen. Untuk margin pemasaran pada penelitian dapat diketahui terdapat perbedaan disetiap saluran pemasaran, semakin panjangnya lembaga pemasaran maka tingkat harga dari penambak akan semakin jauh, seperti pada saluran pemasaran pertama

(I) harga jual penambah yaitu Rp.6.000,-/kg dan harga jual ke konsumen mencapai Rp.12.000,-/kg berarti selisih harga petani sampai ke konsumen mencapai Rp.6.000 sama halnya seperti saluran pemasaran kedua (II). Untuk tingkat efisiensi dari kedua Saluran pemasaran pada penelitian ini adalah saluran pemasaran kedua (II) karena saluran pemasaran kedua (II) nilai persentasinya lebih kecil dari pada saluran pemasaran pertama (I) yakni sebesar 6%.

Nurlina, (2018). "*Analisis Pemasaran Kerang darah (Anadara granosa)*".

Hasil Budidaya di Kepenghuluan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pola Saluran Pemasaran Kerang Darah (*Anadara granosa*) di Panipahan Darat, Menganalisis Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran Kerang Darah (*Anadara granosa*) di Panipahan Darat, Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran kerang darah (*Anadara granosa*) di Panipahan Darat. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga pola saluran pemasaran kerang darah di Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rohil. Pada saluran I total biaya pemasaran adalah Rp 420 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.580 per kg, dan marjin pemasaran Rp 4.000 per kg. Sedangkan pada saluran pemasaran II total biaya pemasaran 760 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 2.240 per kg, dan marjin pemasaran Rp 3.000 per kg. Untuk saluran pemasaran III total biaya pemasaran Rp 1.100 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.900 per kg, dan marjin pemasaran Rp 5.000 per kg. Dilihat dari efisiensi pemasaran secara ekonomi dari ketiga saluran pemasaran yang ada Kepenghuluan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rohil maka saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran kerang darah yang paling efisien dengan marjin

pemasaran rendah yaitu 30 % dan mempunyai nilai fisherman's share tinggi yaitu 70 %.

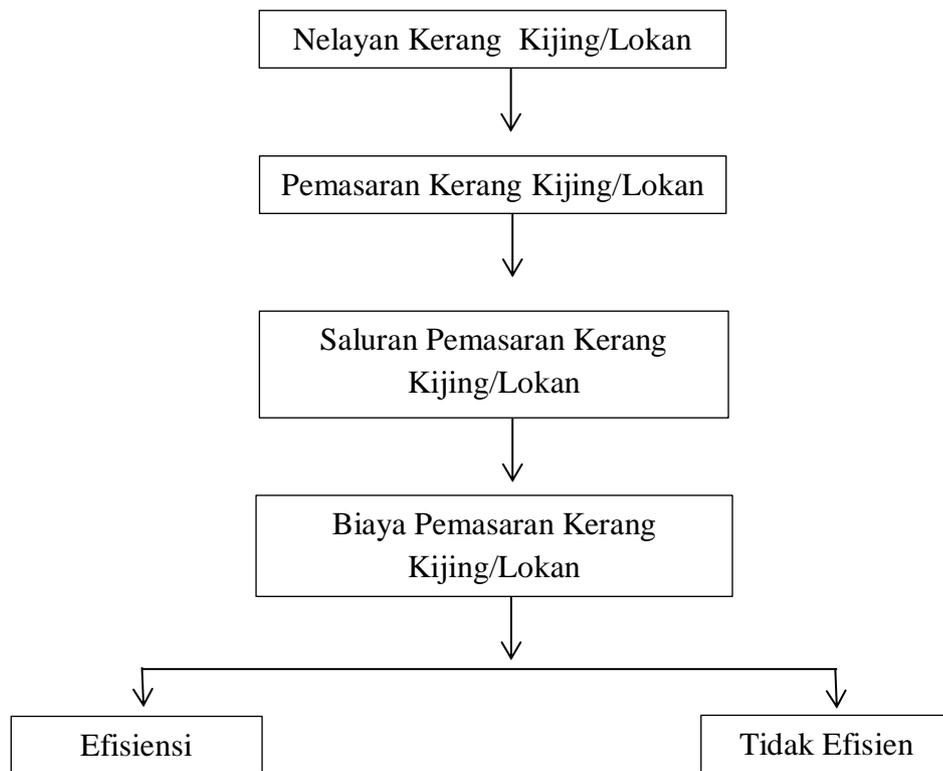
Rahmadhani, (2018). "*Analisis Pemasaran Kerang Tiram Di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa*". Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui bagaimana saluran, besaran biaya, margin serta efisiensi pemasaran Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan terdapat 2 macam pola saluran pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa yaitu: Pola Saluran Pemasaran I dimulai dari Nelayan – Agen – Desa – Pedagang Pengecer – Konsumen. Sementara untuk Pola Saluran Pemasaran II dimulai dari Nelayan – Pedagang Pengecer – Konsumen. Rata-rata biaya pemasaran Kerang Tiram yang di keluarkan oleh saluran pemasaran I adalah sebesar Rp.4.638-/Kg, dan Saluran Pemasaran II sebesar Rp.2.300-/Kg. Rata-rata jumlah total margin pemasaran yang diterima oleh saluran pemasaran I adalah sebesar Rp.7.824-/Kg dan untuk saluran II sebesar Rp.6.462-/Kg. Berdasarkan hasil perhitungan efisiensi pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada saluran I sebesar 21% dan nilai efisiensi pemasaran pada saluran II sebesar 10 %.

### **Kerangka Pemikiran**

Pemasaran merupakan salah satu cara penambah memperoleh imbalan atas Para nelayan yang dilakukannya, sehingga untuk mendapatkan imbalan yang adil, nelayan juga sangat perlu mengetahui dan juga memahami dari sistem pemasaran yang efisien. Kerang kijang/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) merupakan dambaan) di

Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil. Dari keterangan diatas didapat

kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1 : Kerangka Pemikiran

## **METODE PENELITIAN**

### Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah Studi kasus (case study) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung kelapangan Pemasaran kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil, karena Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau penelitian yang dilakukan terfokus ada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat terhadap berbagai faktor yang terkait dengan kasus sehingga akhirnya diperoleh kesimpulan yang akurat.

### **Penentuan Lokasi Penelitian**

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau purposive yaitu memilih subyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat tertentu yang sudah diketahui sebelumnya dan dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Berdasarkan hal tersebut dipilih lokasi penelitian di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil. Dengan mempertimbangkan banyaknya nelayan kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di Desa Siti Ambia. Desa Siti Ambia juga merupakan salah satu penghasil kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) terbesar di pulau Sumatera.

## **Jenis dan Sumber Data**

Metodologi penelitian merupakan tahapan yang diperlukan dalam pemecahan masalah, agar diketahui yang tepat dalam menghadapi persoalan tersebut. Data yang di kumpulkan dari penelitian ini terdiri dari:

### 1. Data Primer

Dalam penelitian ini pengumpulan data di lakukan dengan wawancara langsung dengan para responden melalui daftar pertanyaan (Kuisisioner) yang telah di persiapkan terlebih dahulu.

### 2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dari kepustakaan, BPS dan juga dari instansi-instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

## **Metode Penentuan dan Penarikan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nelayan yang ada di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil sebanyak 60 orang. Penelitian menggunakan cara pengambilan sampel dengan menggunakan total sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi. Alasan mengambil total sampling karena jumlah populasi yang kurang dari 100. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 orang.

## **Metode Analisis Data**

Untuk mengetahui pola saluran pemasaran Kerang kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil dengan menggunakan metode deskriptif. Sedangkan untuk mengetahui

biaya pemasaran dan margin pemasaran di tingkat lembaga dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada tiap saluran pemasaran.

#### a. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan merupakan penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap rantai pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$Kp = Kp1 + Kp2 + \dots + Kpn$$

Keterangan:

Kp : Keuntungan pemasaran Kerang kijing/lokan (Rp/kg)

Kp1, Kp2, Kp3 : Keuntungan tiap-tiap lembaga pemasaran Kerang kijing/lokan(Rp/kg)

#### b. Margin Pemasaran

Saluran pemasaran usahatani, melihat dari margin pemasaran menurut (Sutarno, 2014). Dengan rumusan sebagai berikut :

Untuk menghitung Margin Pemasaran digunakan rumus :

$$Mji = Psi - Pbi$$

Keterangan :

Mji = Margin pada pemasaran

Psi = Harga jual pada pemasaran

Pbi = Harga beli pada pemasaran

#### c. Efisiensi Pemasaran

Tentang efisien Pemasaran usahatani menurut (Soekartawi dan Rahim, 2016).

Dengan rumusan sebagai berikut.

Untuk menghitung efisiensi pemasaran menggunakan rumus :

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100 \%$$

Dimana :

EP = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya Pemasaran

TNP = Total Nilai Produk

Efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran.

Dengan kaidah keputusan (Nurmalina, 2018).

- a. 0 – 33% = Efisien
- b. 34 – 67% = Kurang Efisien
- c. 68 – 100% = Tidak Efisien

### **Defenisi dan Batasan Operasional**

Agar tidak terjadi kesalahan pemahaman atas pengertian dalam penelitian ini, maka digunakan defenisi dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Harga Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) ditingkat produsen adalah harga jual yang diterima produsen yang dinyatakan dalam (Rp/Kg).
2. Harga jual Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) suatu lembaga pemasaran adalah harga yang ditetapkan oleh suatu lembaga pemasaran ketika lembaga pemasaran tersebut menjual produk Kerang Kijing/Lokan(*Pilsbryoconcha exilis*) (Rp/Kg).
3. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran

Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha Exilis*), meliputi biaya transportasi, pengemasan (karung), bongkar muat dan supir (Rp/Kg).

4. Saluran pemasaran Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) adalah komponen-komponen dari suatu sistem pemasaran yang menyalurkan Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) seperti produsen, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dan konsumen akhir.
5. Nelayan Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) adalah orang yang mengusahakan atau memproduksi Kerang Kerang Kijing/lokian.
6. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang mengumpulkan Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) dari penambak dan kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada pedagang lain.
7. Pedagang pengecer adalah pedagang yang memperoleh Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) dari produsen dengan cara membeli kemudian menjualnya langsung kepada konsumen dalam jumlah kecil.
8. Konsumen yang dimaksud adalah masyarakat atau orang yang membeli Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*) untuk di konsumsi sesuai dengan tingkat kebutuhannya.
9. Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari semua keuntungan yang diperoleh dalam tiap lembaga pemasaran. Keuntungan di tiap lembaga pemasaran diperoleh dari margin pemasaran dikurangi biaya pemasaran di lembaga pemasaran tersebut.

#### Batasan Operasional

1. Responden dalam penelitian ini adalah Nelayan Kerang Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryconcha exilis*).

2. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juni s/d selesai.
3. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2021.
4. Sampel penelitian ini adalah nelayan yang mencari Kerang Kijing/Lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) dan pemasaran yang dilakukan nelayan.

## DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

### Letak dan Luas Desa

#### Keadaan Alam

Secara geografis Wilayah Desa Siti Ambia berada pada  $2^{\circ} 17' 30''$  -  $2^{\circ} 17' 54''$  LU dan  $97^{\circ} 46' 54''$  -  $97^{\circ} 48' 00''$  BT. Desa Siti Ambia merupakan salah satu Desa yang berada didalam Kawasan Perkotaan Singkil ( Ibu Kota Kabupaten Aceh Singkil ) yang berorientasi di Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.

Lokasi Desa Siti Ambia berada di dua wilayah, yaitu di sebelah kiri merupakan kawasan Siti Ambia Luar dan sebelah kanan merupakan kawasan Siti Ambia Trandas. Desa Siti Ambia terdiri dari 4 (empat) dusun dengan total luas wilayah 182,80 ha. Adapun dusun dengan luas wilayah terbesar yang terintegrasi di Desa Siti Ambia berada pada Dusun III Pengairan seluas 70,88 ha, kemudian Dusun IV Perumahan Das seluas 69,82 ha, Dusun I Siti Ambia dengan luas 22,72 ha dan luas wilayah terkecil berada di Dusun II Siti Ambia Luar dengan total luas 19,38 ha. Secara geografis batas wilayah Desa Siti Ambia berbatasan dengan :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pulo Sarok
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Suka Makmur
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Suka Ujung
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Pasar

Masyarakat Desa Siti Ambia mayoritas memiliki pekerjaan sebagai nelayan, karena Desanya yang dekat dengan aliran sungai. Desa ini juga membutuhkan beberapa perkembangan pembangunan untuk fasilitas kegiatan masyarakat, seperti pembangunan jalan, perbaikan balai, dan beberapa sarana olahraga seperti lapangan Volly di desa Siti Ambia.

### Topografi Daerah

Desa Siti Ambia terletak pada wilayah pesisir barat selatan Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Pada daerah pesisir pantai memiliki ketinggian 0 s/d 6 meter dari permukaan laut, dan dipengaruhi oleh pasang surut air laut.

### Jumlah Desa/Kelurahan

Kecamatan Singkil mencakup 15 Desa/Kelurahan yaitu: Kilangan, Kota Simboling, Pasar Singkil, Pea Bumbung, Pemuka, Pulau Sarok, Rantau Gedang, Selok Aceh, Siti Ambia, Suka Damai, Suka Makmur, Takal Pasir, Teluk Rumbia, Ujung, Ujung Bawang. Jumlah Penduduk di Desa/Kelurahan Siti Ambia sebanyak 1.780 orang, yang terdiri dari 880 orang laki-laki dan 901 orang perempuan.

### Penggunaan Lahan

Hampir seluruh lahan yang ada di Desa Siti Ambia dimanfaatkan oleh penduduk untuk pemukiman warga, perkantoran atau sarana sosial.

### Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan prasarana desa dapat mempengaruhi perkembangan serta kemajuan masyarakat di desa tersebut. Jika sarana dan prasarana di suatu desa memadai, maka dapat membantu laju perkembangan masyarakat. Berikut adalah data sarana dan prasarana yang ada di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.

Tabel 2. Sarana dan Prasarana umum yang ada di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil

No	Uraian	Jumlah ( Unit )
1.	Masjid	2
2.	Mushallah	1
3.	Paud	1
4.	TK	-
5.	SD/Sederajat	1
6.	SMP/Sederajat	-
7.	SMA/Sederajat	-
8.	Puskesmas/Pusat Posyandu	1
9.	Apotek	1
10.	Kantor Desa	1
11.	Aula Balai Desa	1
12.	Perpustakaan Desa	-
13.	Lapangan Sepak Bola	1
14.	Lapangan Volly	1
<b>Jumlah</b>		<b>11</b>

*Data Sekunder: Kantor Desa Siti Ambia, 2021*

### **Karakteristik Sampel Nelayan Kerang Kijing/Lokan**

Sampel untuk penelitian ini berjumlah 60 orang. Sampel adalah 40 nelayan pencari Kerang Kijing/Lokan di Desa Siti Ambia ditambah lembaga lainnya yang menjual hasil kerang diantaranya yaitu 8 pedagang pengepul, dan 12 pedagang pengecer. Karakteristik sampel yang dimaksud adalah mengenai jumlah

hasil Kerang Kijing/Lokan yang di dapatkan oleh nelayan, Umur, Pendidikan, Pengalaman menjadi nelayan, Jenis kelamin dan Harga jual nelayan tersebut. Adapun karakteristik sampel di daerah penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

### Karakteristik Responden Nelayan

Tabel 3. Karakteristik Responden Nelayan

Karakteristik		Jumlah	Persentase
Umur	26-34	7	17,5%
	35-43	23	57,5%
	44-52	10	25%
		40	100%
Pendidikan	SD	11	27,5%
	SMP	20	50%
	SMA	9	22,5%
		40	100%
Lama Bertani	3-13	24	60%
	14-22	13	32,5%
	23-31	3	7,5%
		40	100%
Jenis Kelamin	Laki-laki	32	80%
	Perempuan	8	20%
		40	100%

*Sumber: Data Primer Diolah 2021*

Tabel di atas menjelaskan gambar Responden berdasarkan umur, pendidikan, lama bertani dan jenis kelamin. Dimana dari 40 nelayan tersebut paling banyak dari umur 35-43 tahun sebanyak 23 orang dan persentasenya sebesar 57,5%, untuk pendidikan dari 40 nelayan tersebut paling banyak SMP

sebanyak 20 orang dan presentasinya sebesar 50%, untuk lama bertani dari 40 nelayan paling banyak 3-13 tahun sebanyak 24 orang dan presentasinya sebesar 60%, sedangkan untuk jenis kelamin dari 40 nelayan tersebut paling banyak laki-laki sebanyak 32 orang dan untuk presentasinya sebesar 80%.

### Karakteristik Responden Pedagang Pengepul

Tabel 4. karakteristik Responden Pedagang Pengepul

Karakteristik		Jumlah	Persentase
Umur	26-32	1	12,5%
	33-39	3	37,5%
	40-46	4	50%
		8	100%
Pendidikan	SD	3	37,5%
	SMP	1	12,5%
	SMA	3	37,5%
	S1	1	12,5%
		8	100%
Lama Berdagang	4-11	5	62,5%
	12-20	2	25%
	21-28	1	12,5%
		8	100%
Harga Jual	Besar 48.500-50.000	8	100%
	Sedang 24.000-25.000	8	100%
	Kecil 12.500-14.500	8	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Tabel di atas menjelaskan gambar Responden berdasarkan umur, pendidikan, lama penjualan (tahun) dan harga jual Kijing/lokan (Rp/Kg). Dimana dari 8 pedagang pengepul tersebut paling banyak dari umur 40-46 tahun sebanyak

4 orang dan persentasenya sebesar 50%, untuk pendidikan dari 8 pedagang pengepul tersebut paling banyak SD 3 orang dan SMA sebanyak 3 orang dan persentasenya sama-sama sebesar 37,5%, untuk lama berdagang dari 8 pedagang pengepul paling banyak 4-11 tahun sebanyak 5 orang dan persentasenya sebesar 62,5%, sedangkan untuk harga jual kerang Kijing/Lokan dibagi menjadi 3 ukuran yaitu besar dengan harga sebesar Rp. 48.500 - Rp. 50.000 dengan jumlah kerang  $\pm$  50 biji, untuk ukuran sedang dijual dengan harga Rp. 24.000 - Rp. 25.000 dengan jumlah kerang  $\pm$  70 biji, dan untuk ukuran kecil dijual dengan harga Rp. 12.500 - Rp. 14.500 dengan jumlah kerang  $\pm$  100 biji.

### Karakteristik Responden Pedagang Pengecer

Tabel 5. karakteristik Responden Pedagang Pengecer

Karakteristik		Jumlah	Persentase
Umur	38-46	10	83,3%
	37-55	1	8,3%
	56-64	1	8,3%
		12	100%
Pendidikan	SD	3	25%
	SMP	6	50%
	SMA	3	25%
		12	100%
Lama Berdagang	6-10	6	50%
	11-15	4	33,3%
	16-20	2	16,6%
		12	100%
Harga Jual	(A) 50.000-53.000	12	100%
	(B) 26.000-29.000	12	100%
	(C) 15.000-19.000	12	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Tabel di atas menjelaskan gambar Responden berdasarkan umur, pendidikan, lama penjualan (tahun) dan harga jual Kijing/lokan (Rp/Kg). Dimana dari 12 pedagang pengecer tersebut paling banyak dari umur 38-46 tahun sebanyak 10 orang dan persentasenya sebesar 83,3%, untuk pendidikan dari 12 pedagang pengecer tersebut paling banyak SMP 6 orang dan persentasenya sebesar 50%, untuk lama berdagang dari 12 pedagang pengecer paling banyak 6-10 tahun sebanyak 6 orang dan persentasenya sebesar 50%, sedangkan untuk harga jual kerang Kijing/Lokan dibagi menjadi 3 ukuran yaitu besar dengan harga sebesar Rp. 50.000 - Rp. 53.000 dengan jumlah kerang  $\pm$  50 biji, untuk ukuran sedang dijual dengan harga Rp. 26.000 - Rp. 29.000 dengan jumlah kerang  $\pm$  70 biji, dan untuk ukuran kecil dijual dengan harga Rp. 15.000 - Rp. 19.000 dengan jumlah kerang  $\pm$  100 biji.

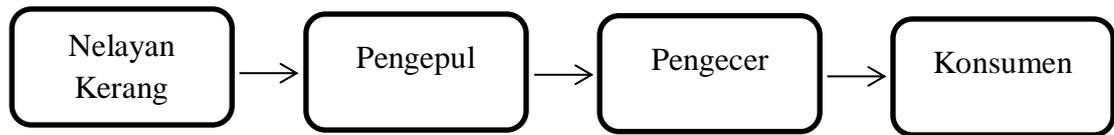
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Desa Siti Ambia melakukan pekerjaan sebagai nelayan sudah seperti warisan turun temurun dari orang tua mereka terdahulu sebab sungai atau muara yang berada di Singkil tersebut membelah perkampungan Siti Ambia tersebut. Hampir seluruh masyarakat di Desa Siti Ambia pekerjaannya adalah nelayan. Pola distribusi pada pemasaran Kijing/lokan di daerah penelitian menggambarkan aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi yang terjadi antar anggota rantai. Hal-hal yang dibahas meliputi kelancaran ketiga aliran apakah berjalan dengan lancar atau tidak, bagaimana pelaksanaannya, dan apa kendala yang dihadapi dalam setiap aliran ini.

### **Saluran Pemasaran**

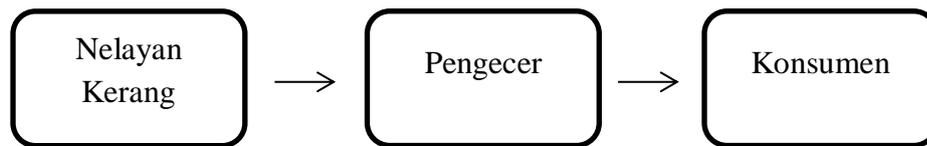
Setelah proses pencarian dilakukan pemasaran Kerang Kijing/lokan (*Pilsbryconcha exilis*) dan pada dasarnya, antara nelayan dan pelaku pemasaran saling bergantung satu dengan yang lain. Kedua pihak sama-sama menjalankan usaha berdasarkan profit motive dengan bertumpu pada kemampuan usaha masing-masing. Bagi penambak, menentukan saluran pemasaran merupakan hal vital karena akan berpengaruh terhadap bentuk saluran pemasaran tersebut. Bentuk saluran pemasaran akan mempengaruhi biaya, keuntungan, dan efisiensi pemasaran. Secara keseluruhan pihak-pihak yang berperan dalam memasarkan Kerang Kijing/lokan (*Pilsbryconcha exilis*) di Desa Siti Ambia. Terdapat 2 Saluran Pemasaran Kerang Kijing/lokan yang di gunakan di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil.

## a. Saluran pertama (I)



Saluran Pertama (I) terdapat saluran pemasaran yang melibatkan 2 perantara penjualan/pelaku pemasaran: Pedagang Pengepul, Pedagang Pengecer. nelayan langsung menjual kepada pedagang pengepul yang mengambil langsung dari para nelayan, kemudian pedagang pengepul menjual ke pedagang pengecer setelah itu pedagang pengecer menjual ke konsumen.

## b. Saluran pemasaran kedua (II)



Adapun Saluran Kedua (II) melibatkan 1 perantara, yaitu Pedagang Pengecer. Yang langsung menjual kepada konsumen.

**Margin Pemasaran**

Besaran margin pemasaran yang pada setiap saluran pemasaran Kerang Kijing/lokan (*Pilsbryoconcha exilis*) dipengaruhi oleh masing-masing harga yang berlaku di tiap nelayan dan pelaku pemasaran. Harga penjualan Kerang Kijing/lokan pada penelitian ini berdasarkan harga rata-rata dari sejumlah nelayan dan pelaku pemasaran. Besaran margin pemasaran Kerang Kijing/lokan secara rinci ditunjukkan pada masing-masing tabel.

Tabel 6. Biaya Pemasaran dan Margin Pemasaran Kerang Kijing/lokak  
Tahun 2021 Pada Saluran Petama (I)

No	Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Margin Pemasaran	Biaya Jual/Beli (Rp/Kg)	Biaya Jual/Beli (Rp/Karung)	Biaya Pemasaran
NELAYAN					
1.	Harga jual nelayan		(30 Kg)	668, 000	
PENGEPUK					
2.	Biaya pemasaran pengepuk			668, 000	
	* Harga Beli Pengepuk				
	* Transportasi				1000
	* Biaya Tenaga Kerja				2400
	* Biaya Karung				900
	* Total Biaya (Karung)				<u>4300</u>
3.	Harga jual pengepuk		49, 000 24, 600 13, 300	294, 000 221, 400 199, 500	
4.	Profit penjualan (Karung)	5,300 17,075 11,450			
6.	Margin pengepuk (Karung)	9,600 21,375 15,750			
PENGEKER					
7.	Biaya pemasaran Pengecer				
	* Harga Beli Pengecer		49, 000 24, 600 13, 300	294, 000 221, 400 199, 500	
	* Baskom				3250
	* Plastik				150
	* Total biaya (Kg)				<u>3400</u>
8.	Harga jual ke konsumen		53.400 29.000 17.700	320, 400 261, 000 265, 500	
9.	Profit penjualan	1000 1000			

	1000
11. Margin pengecer	4.400
	4.400
	4.400

---

*Sumber: Data Primer Diolah, 2021*

Dari Tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa saluran pemasaran pertama (I) margin yang diterima dari pedagang pengepul yaitu sebesar 9,600 untuk ukuran besar (Rp/Karung), 21,375 untuk ukuran sedang (Rp/Karung) dan 15,750 untuk ukuran kecil (Rp/Karung). Sedangkan margin untuk pedagang pengecer 4,400 untuk ukuran besar (Rp/Kg), 4,400 untuk ukuran sedang (Rp/Kg), dan 4.400 untuk ukuran kecil (Rp/Kg). Dan juga dapat di lihat tabel diatas bahwa biaya pemasaran masing-masing tiap lembaga berbeda, mulai dari biaya transportasi, bahkan sampai kepada biaya tenaga kerja. Untuk biaya tersendiri pada pedagang pengepul saluran pemasaran pertama yang dimulai dari biaya transportasi sampai dengan biaya karung yaitu sebesar Rp.4,300 (Karung). Dan untuk pedagang pengecer pada saluran pemasaran yang pertama mengeluarkan biaya sebesar Rp.3,400 (Kg).

Tabel 7. Biaya Pemasaran dan Margin Pemasaran Kerang Kijing/lokak  
Tahun 2021 Pada Saluran Kedua (II)

No	Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Margin Pemasaran	Biaya Jual/Beli (Rp/Kg)	Biaya Jual/Beli (Rp/Karung)	Biaya Pemasaran
NELAYAN					
1.	Harga jual nelayan		(30 Kg)	668, 000	
PENGECEK					
2.	Biaya pemasaran Pengecer *Harga Beli Pengecer			668, 000	
	*Baskom				3250
	*Plastik				150
	*Total biaya (Kg)				<u>3400</u>
3.	Harga jual ke konsumen		53.400 29.000 17.700	320, 400 261, 000 265, 000	
4.	Profit penjualan (Kg)	2600 3.375 2050			
6.	Margin pemasaran	6000 6775 5450			

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Dari Tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa saluran pemasaran kedua (II) margin yang diterima dari pedagang pengecer yaitu sebesar Rp.6000 (Kg) untuk ukuran besar , Rp.6775 (Kg) untuk ukuran sedang, dan Rp.5450 (Kg) untuk ukuran kecil. hal ini dikarenakan tidak terlalu banyak melibatkan lembaga hanya melalui perantara pedagang pengecer, barulah sampai ke tangan konsumen. Dan juga dapat di lihat tabel diatas bahwa untuk saluran pemasaran yang kedua

pedagang pengecer mengeluarkan biaya sebesar Rp.3,400/Kg. Harga Kerang Kijing/lokan di tingkat konsumen sama sebesar Rp.53.400/Kg untuk ukuran besar, Rp.29.000/Kg untuk ukuran sedang, dan Rp.17.700 untuk ukuran kecil. Harga rata-rata ditingkat konsumen untuk kerang Kijing/Lokan pada saluran I dan II adalah Rp 33.400/Kg. Lembaga saluran pemasaran kedua tetap menjual harga Kerang Kijing/lokan ke konsumen di tingkat pasaran dengan harga yang sama.

### **Efisiensi Pemasaran**

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran memberikan kepuasan kepada setiap pihak-pihak yang terlibat produsen, konsumen, dan lembaga-lembaga pemasaran. Untuk mengukur efisiensi pemasaran dapat dilakukan pendekatan struktur, keragaan, dan tingkah laku pasar. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran dan mengurangi biaya pemasaran. Menurut Sudiyono (2016) secara sederhana konsep efisiensi ini di dekati dengan rasio output-input, suatu proses pemasaran dikatakan efisien apabila :

1. Output tetap konstan dicapai dengan input yang lebih sedikit.
2. Output meningkat sedangkan input yang digunakan tetap konstan.
3. Output dan input sama-sama mengalami kenaikan, tetapi laju kenaikan output lebih cepat dari pada input
4. Output dan input sama mengalami penurunan, tetapi penurunan output lebih lambat dari pada input. Efisiensi pemasaran dapat dibedakan atas efisiensi teknis (operasional) dan efisiensi ekonomis (harga). Efisiensi teknis berarti pengendalian fisik daripada produk dan dalam "term" ini mencakup dalam hal-

hal: prosedur, teknis, dan besarnya skala operasi, dengan tujuan penghematan fisik seperti mengurangi kerusakan (Waste), mencegah merosotnya mutu produk dan penghematan tenaga kerja. Sedangkan dalam pengukuran efisiensi ekonomis maka margin pemasaran sering dipakai sebagai alat ukur. Aspek pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam penelitian, apabila aspek ini berjalan cukup baik, maka sama-sama akan merasa diuntungkan para pelaku pasar. Artinya pemasaran yang baik akan membawa dampak yang positif terhadap nelayan, pedagang dan konsumen. Untuk mengetahui apakah sistem pemasaran yang dilakukan pada saluran pemasaran Saluran pertama (I) dan Saluran kedua (II) sudah efisien atau belum, maka dapat dihitung tingkat efisiensi (EP) dari pemasaran. Menurut Burhanuddin (2018) dapat dinyatakan efisiensi jika EP 0-33% maka sistem pemasaran Kerang Kijing/lokan dinilai efisien, dan jika EP 34-67 dapat dinyatakan kurang efisien sedangkan jika EP 68-100% maka dinyatakan tidak efisien. Perhitungan efisiensi pemasaran Kerang Kijing/lokan dapat dilihat pada tabel 8 berikut.

Tabel 8. Efisiensi Pemasaran Kerang Kijing/lokan

Saluran pemasaran efisiensi pemasaran (EP)	
Saluran Pertama (I)	$\{(4.300 + 3.400) : ( 53.400 + 29.00 + 17.700 : 3) \} \times 100\%$ $(7.700 : 33.400) \times 100\%$ <p style="text-align: center;"><b>23.0 % (Efisien)</b></p>
Saluran Kedua (II)	$\{(3.400) : ( 53.400 + 29.00 + 17.700 : 3) \} \times 100\%$ $(3.400 : 33.400) \times 100\%$ <p style="text-align: center;"><b>10.1 % (Efisien)</b></p>

*Sumber: Data Primer Diolah 2021*

Berdasarkan tabel 8 diatas di ketahui nilai efisiensi setiap saluran pemasaran, nilai efisiensi untuk saluran pemasaran I adalah sebesar 23,0% sedangkan saluran II adalah sebesar 10,1%. Nilai ini berada di rentang jarak 0-33% yang berarti saluran pemasaran I dan II merupakan saluran pemasaran yang efisien karena nilai efisiensi pemasarannya berada pada kreteria 0-33%.

Dalam hal ini tingkat efisiensi saluran pemasaran II lebih besar dari pada saluran pemasaran I. Hal ini disebabkan marketing margin saluran pemasaran I ini melibatkan 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul dan pedagang pengecer, dimana setiap lembaga memiliki biaya. Ini menunjukkan bahwa semakin kecil tingkat efisiensi dari sistem tata niaga maka semakin efisien sistem tersebut, sehingga dalam hal ini saluran pemasaran II efisien di daerah penelitian.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Saluran pemasaran di daerah penelitian terdiri dari dua saluran pemasaran, saluran pemasaran yang pertama yaitu dari nelayan ke pengepul, pengepul ke pedagang pengecer, dan pedagang pengecer ke konsumen akhir, saluran pemasaran yang kedua dari nelayan ke pengecer, dan pedagang pengecer ke konsumen akhir.
2. Untuk margin pemasaran pada penelitian dapat diketahui terdapat perbedaan di setiap saluran pemasaran, semakin panjangnya lembaga pemasaran maka tingkat harga dari nelayan akan semakin jauh, seperti pada saluran pemasaran pertama (I) harga jual nelayan yaitu Rp.668,000,-/Karung dan harga jual sampai ke konsumen melalui saluran pemasaran mencapai Rp.53,400,-/Kg untuk ukuran besar, Rp.29,000,-/Kg untuk ukuran sedang, dan Rp.17,700,-/Kg untuk ukuran kecil. Berarti selisih harga sampai ke konsumen mencapai Rp.6000/Kg untuk ukuran besar, Rp.6,775/Kg untuk ukuran sedang, dan Rp.5,450/Kg untuk ukuran kecil.
3. Untuk tingkat efisiensi dari kedua Saluran pemasaran pada penelitian ini adalah saluran pemasaran kedua (II) karena saluran pemasaran kedua (II) nilai persentasinya lebih kecil yakni sebesar 10,1%, sedangkan untuk saluran pemasaran pertama (I) nilai persentasinya yakni sebesar 23,0%.

**Saran**

1. Diharapkan kepada nelayan Kijing/lokan di daerah penelitian agar dalam proses pemasaran produksinya menjualnya kepada pedagang pengecer karena nilai efisiensi saluran pemasasaran 2 merupakan nilai yang paling efisien.
2. Diharapkan kepada pemerintah untuk memberikan jaminan tentang harga jual Kijing/lokan kepada petani agar nelayan tidak dirugikan dalam proses pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Nurjanah dan Y.K. Wardhani. 2010. Karakteristik Fisik dan Kimia Tepung Cangkang Kijing Lokal (*Pilsbryconcha exilis*). Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia. 13(1): 48-57.
- Ansari, M, A, A. 2019. Analisis Pemasaran Tambak Kerang Darah (*Anadara granosa*) (Studi Kasus : Desa Bagan Punak Pesisir Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir).
- Arbi, M., Thirtawati dan J. Yulian. 2018. Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik Di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. Vol. 11, No. 1. [ Skripsi ]. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Fakultas Agribisnis.
- Bahri, S. 2016. Bioakumulasi Logam Berat Timbal (Pb) Pada Kerang Kijing (*Pilsbryconcha exilis*) Di Sungai Saddang Kabupaten Pinrang. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Hal. 9.
- Hayati, M., D. Desmelat dan N.I. Sari. 2015 Fortification of Freshwater Mussels Flour in Bakpao Wrap Processing (Doctoral dissertation, Riau University).
- Kusuma, H. 2017. Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (Lm3) Agrina Di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Jurnal Pertanian 1 (2) : 106 – 115.
- Kotler dan Philip. 2016. Manajemen Pemasaran di indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat Jakarta.
- Lina dan Asmarawati. 2015. Manajemen Agribisnis Perikanan. Penerbit Perguruan Tinggi UB press.
- Nainggolan, N. 2019. Keragaman Ikan Karang Famili Pomacentridae di Perairan Pulau Panjang Kabupaten Aceh Singkil.
- Ningsih, P. 2009. Karakteristik Protein dan Asam Amino Kijing Lokal (*Pilsbryconcha exilis*) Dari Situ Gede Bogor Akibat Proses Pengukusan. Skripsi. Bogor: IPB.
- Nurjanah., R. Sembiring dan A. Abdullah. 2012. Analisis Kandungan Logam Berat Daging Kijing Lokal (*Pilsbryconcha exilis*) dari Perairan Situ Gede, Bogor. Hal 1-7.
- Nurmalina, 2018. Analisis Pemasaran Kerang darah (*Anadara granosa*) Hasil Budidaya di Kepenghuluan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Universitas Riau. [Skripsi]. Fakultas Perikanan dan Kelautan.

- Pranatagama, M.F. 2015. Efisiensi dan Bauran Pemasaran Usahatani Kacang Tanah di Desa Darungan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Rahim dan D.R.D. Hastuti. 2015. *Ekonomika Pertanian (Pengantar, Teori dan Kasus)*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahmadhani, 2018. Analisis Pemasaran Kerang Tiram Di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Universitas Samudra.
- Sutarno, 2014. Analisis Margin Pemasaran Para Ahli Pemasaran. Jakarta: Pres.
- Sudiyono, 2016. Teori Pertanian. UMM Press. Bogor.
- Soekartawi, 2012. Teori Ekonomi Produksi. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Yusniawati, K., B. Mahludin dan K.T. Wawan. 2016. Analisis Distribusi Dan Margin Pemasaran Usahatani Kacang Tanah Di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Agribisnis. Universitas Negeri Gorontalo*. Vol. No.1.

## LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat izin penelitian dari kantor Desa Siti Ambia



# PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SINGKIL KECAMATAN SINGKIL KAMPUNG SITI AMBIA

## SURAT KETERANGAN

Nomor : **274**/ STA / 15 / VI / 2021

Sehubungan dengan surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Nomor 443/II.3-AU/UMSU-04/F/2021, Izin mengadakan penelitian Ilmiah tanggal 15 Juni 2021, maka Kepala Kampung Siti Ambia dengan ini mengungkapkan Nama Mahasiswi di bawah ini:

Nama : Neli Damai Yanti  
Semester/Jurusan : VIII/ Agribisnis  
Alamat sekarang : Jln Iskandar Muda Rimo Kec Gunung Meriah Kab Aceh Singkil

Benar telah melakukan Penelitian Ilmiah di kampung Siti Ambia pada tanggal 15 Juni 2021 guna melengkapai penulisan skripsi yang berjudul *Analisis Pemasaran Kerang Kijing/Lokan (Pilsbryoconcha Exilis) (Tudi Kasus: Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil, Kabupaten Aceh Singkil)*

Demikian surat keterangan diperbuat untuk dapat diperlulakan seperlunya.

Aceh Singkil, 16 Juni 2021

PJ. Kepala kampung Siti ambia



## Lampiran 2. Karakteristik Responden Nelayan

No Responden	Umur (tahun)	Pendidikan Terakhir	Lama Bertani	Jenis Kelamin	Harga Jual (Rp/Kg)
1	52	SD	23	Laki-laki	47.000
					22.000
					12.000
2	50	SD	18	Perempuan	47.000
					21.000
					12.000
3	48	SD	18	Perempuan	48.000
					23.000
					13.000
4	48	SD	23	Laki-laki	46.500
					22.000
					12.500
5	48	SMP	14	Perempuan	48.000
					22.000
					13.000
6	47	SD	21	Laki-laki	48.000
					23.000
					13.000
7	45	SMP	17	Laki-laki	46.500
					21.500
					11.500
8	45	SMP	18	Laki-laki	48.000
					23.000
					12.000
9	45	SD	23	Laki-laki	48.000
					23.000
					12.000
10	44	SMP	19	Laki-laki	48.000
					23.000
					12.000
11	43	SD	12	Perempuan	48.000
					23.000
					12.000
12	43	SD	12	Perempuan	47.000
					21.000
					13.000
13	43	SMP	14	Laki-laki	46.500
					21.500
					11.500
14	43	SMA	11	Laki-laki	48.000
					23.000
					12.000

15	42	SMP	18	Laki-laki	46.500 22.500 12.000
16	42	SMP	18	Laki-laki	47.500 23.000 12.000
17	42	SD	16	Laki-laki	48.000 23.000 13.000
18	41	SMP	11	Laki-laki	48.000 23.000 13.000
19	41	SMP	14	Laki-laki	48.000 23.000 13.000
20	40	SMA	12	Laki-laki	47.000 22.000 12.500
21	40	SMP	13	Laki-laki	48.000 23.000 13.000
22	39	SMA	12	Laki-laki	46.500 21.500 11.500
23	39	SMP	12	Laki-laki	48.000 23.000 13.000
24	39	SMA	13	Laki-laki	46.500 22.000 12.500
25	38	SMP	15	Laki-laki	46.500 21.500 11.500
26	38	SD	12	Laki-laki	46.500 21.500 11.500
27	38	SMP	9	Perempuan	48.000 23.000 12.000
28	38	SMP	12	Laki-Laki	48.000 23.000 12.000
29	38	SMA	11	Laki-Laki	48.000 22.000 13.000
30	37	SD	8	Perempuan	48.000 23.000 12.000

31	37	SMP	9	Laki-laki	46.000 21.000 12.000
32	35	SMA	7	Laki-laki	48.000 23.000 12.000
33	35	SMP	8	Perempuan	46.000 21.000 12.000
34	32	SMP	10	Laki-laki	47.000 21.000 13.000
35	32	SMA	8	Laki-laki	46.500 21.500 12.000
36	28	SMA	6	Laki-laki	47.000 21.000 11.500
37	28	SMP	4	Laki-laki	48.000 23.000 12.000
38	27	SMP	4	Laki-laki	46.500 21.500 11.500
39	26	SMA	4	Laki-laki	47.000 21.000 13.000
40	26	SMP	3	Laki-Laki	48.000 23.000 12.000
Jumlah	1.582	-	512	-	1.896.000 889.000 490.000
Rata-rata	39,55	-	12,8		47.400 22.225 12.250

*Sumber: Data Primer Diolah 2021*

Lampiran 3. karakteristik Responden Pedagang Pengepul

No Responden	Umur (umur)	pendidikan terakhir	Lama Penjualan (tahun)	Harga jual Kijing (Rp/Kg)
1	39	SMA	9	49.000 24.500 13.000
2	39	SMA	9	48.500 24.000 13.000
3	37	SMP	9	49.000 25.000 14.500
4	26	S-1	4	50.000 25.000 13.500
5	42	SMA	7	49.000 24.500 13.500
6	45	SD	25	48.500 24.500 12.500
7	45	SD	13	49.500 24.500 14.000
8	43	SD	12	49.000 24.500 13.000
Jumlah	316	-	88	392.500 196.500 107.000
Rata-rata	39,5	-	11	49.000 24.500 13.300

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Lampiran 4. karakteristik Responden Pedagang Pengecer

No Responden	Umur (umur)	pendidikan terakhir	Lama Penjualan (tahun)	Harga jual Kijing (Rp/Kg)
1	62	SD	20	50.000 26.000 15.000
2	47	SMP	13	53.000 29.000 18.000
3	44	SMP	11	53.000 29.000 18.000
4	44	SMA	19	52.000 28.000 17.000
5	43	SMP	12	53.000 29.000 18.000
6	42	SMP	8	53.000 29.000 18.000
7	42	SMA	11	53.000 29.000 18.000
8	41	SD	9	52.000 28.000 17.000
9	41	SD	10	53.000 28.000 18.000
10	41	SMP	7	52.000 27.000 17.000
11	39	SMA	6	53.000 28.000 18.000
12	38	SMP	8	52.000 27.000 17.000
Jumlah	524	-	134	629.000 337.000 209.000
Rata-rata	43,6	-	11,1	52.400 28.000 17.400

*Sumber: Data Primer Diolah 2021*

## Lampiran 5. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIANANALISIS PEMASARAN KERANG KIJING/LOKAN ( *Pilsbryococha exilis* )

(STUDI KASUS: DESA SITI AMBIA KECAMATAN SINGKIL KABUPATEN

ACEH SINGKIL)

Assalamualaikum wr.wb

Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu untuk menjadi salah satu responden dalam pengisian kuesioner ini merupakan instrumen penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Nama : Neli Damai Yanti

Npm : 1704300038

Fakultas : Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Untuk memenuhi tugas penyelesaian skripsi program sarjana, saya harap Bapak/Ibu menjawab dengan jujur dan terbuka, sebab tidak ada jawaban yang benar atau salah. Semua sesuai dengan kode etik penelitian. Peneliti menjamin kerahasiaan semua data. Ketersediaan bapak/ibu dalam mengisi kuesioner ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya. Akhir kata saya sampaikan terima kasih atas kerja samanya.

Wasalamualaikum wr.wb.

**Identitas Nelayan**

Nama	
Umur	Tahun
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki- Laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Alamat	
Status Pernikahan	<input type="checkbox"/> Menikah <input type="checkbox"/> Belum Menikah
Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SD <input type="checkbox"/> SMA <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> S1
Jenis Pekerjaan	<input type="checkbox"/> Pekerjaan pokok <input type="checkbox"/> Pekerjaan sampingan
Jumlah Tanggungan	Orang

### Pertanyaan Untuk Nelayan

No		
1	Sudah berapa lama anda bekerja sebagai nelayan	Tahun
2	Berapa biji kijing/lokan yang ada tangkap dalam satu hari	Biji/Hari
3	Kepada siapa anda menjual kijing/lokan yang anda tangkap	a.Konsumen <input type="checkbox"/> c.Pengepul <input type="checkbox"/> b.Pengecer <input type="checkbox"/> d.Pedagang besar <input type="checkbox"/>
4	Apakah anda melakukan grading di saat penjualan kijing/lokan	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
5	Berapa harga jual kijing/lokan (apabila anda melakukan grading) a. Besar b. Sedang c. Kecil	Rp            /Kg Rp            /Kg Rp            /Kg
6	Cara penjualan kijing/lokan	<input type="checkbox"/> Secara langsung <input type="checkbox"/> Pesanan
7	Apa saja alat yang anda gunakan untuk menangkap kijing/lokan	
8	Berapa biaya transportasi yang anda perlukan untuk mengangkut kijing/lokan	
9	Apakah nelayan yang menentukan harga jual	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
10	Dalam menentukan harga pihak mana yang lebih dominan dalam penentuan harga	<input type="checkbox"/> Nelayan <input type="checkbox"/> Pedagang
11	Apa yang menjadi permasalahan nelayan dalam mengambil kijing/lokan?	

12	Bagaimana anda mengatasi masalah yang dihadapi?	
----	---	--

### Identitas Pedagang

Nama	
Umur	Tahun
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki- Laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Alamat	
Status Pernikahan	<input type="checkbox"/> Menikah <input type="checkbox"/> Belum Menikah
Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SD <input type="checkbox"/> S1 <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMA
Status Pedagang	<input type="checkbox"/> Pengepul <input type="checkbox"/> Pedagang Besar <input type="checkbox"/> Pedagang Eceran

### Pertanyaan Untuk Pedagang

No		
1	Berapa lama anda menjadi pedagang kijing/lokan?	Tahun
2	Cara membeli	<input type="checkbox"/> Datang langsung ke nelayan <input type="checkbox"/> Di datangi oleh nelayan
3	Berapa volume pembelian dan penjualan dalam satu bulan?	/Kg
4	Dari mana anda membeli kijing/lokan?	<input type="checkbox"/> Nelayan <input type="checkbox"/> Pengumpul
5	Berapa harga beli kijing/Kg? a. Besar b. Sedang c. Kecil	Rp      /Kg Rp      /Kg Rp      /Kg
6	Berapa harga jual kijing/lokan/100 Biji?	

	<p>a. Besar</p> <p>b. Sedang</p> <p>c. Kecil</p>	<p>Rp /Kg</p> <p>Rp /Kg</p> <p>Rp /Kg</p>
7	Apakah penjualan kijing/lokan anda sampai keluar kota?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
8	Berapa biaya pemasaran	<p>Pengangkutan: Rp.....</p> <p>Pergudangan : Rp.....</p> <p>Keamanan : Rp.....</p> <p>Tenaga kerja : Rp.....</p> <p>Sewa tempat : Rp.....</p> <p>Pengemasan : Rp.....</p> <p>Lainnya : Rp.....</p>
9	Lamanya menampung kijing/lokan?	
10	Permasalahan apa yang anda hadapi dalam memasarkan kijing/lokan?	
	Solusi/antisipasi apa yang anda lakukan dalam menghadapi persoalan dalam memasarkan kijing/lokan?	

## DOKUMENTASI



PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SINGKIL  
KAMPUNG SITI AMBIA  
KECAMATAN SINGKIL  
PAPAN INFORMASI KAMPUNG

Dusun	KEPALA Dusun	Jumlah KK	Jumlah Laki-Laki	Jumlah Perempuan	Jumlah L/P	Keterangan
1	NOVELIqapi	92	170	177	347	Jiwa
2	NASBUDDIN SHum	102	208	243	451	Jiwa
3	Suhardi	126	296	230	526	Jiwa
4	RINTO	114	206	251	457	Jiwa
	Jumlah	434KK	880 Jiwa	901 Jiwa	1780 Jiwa	





