

**STRUKTUR PERILAKU DAN KINERJA PEMASARAN IKAN
KEMBUNG (*Rastrelliger Sp*)
(Studi Kasus : Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu
Kabupaten Deli Serdang)**

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD BAKRI

1804300166

AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

**STRUKTUR PERILAKU DAN KINERJA PEMASARAN IKAN
KEMBUNG (*Rastrelliger Sp*)
(Studi Kasus : Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu
Kabupaten Deli Serdang)**

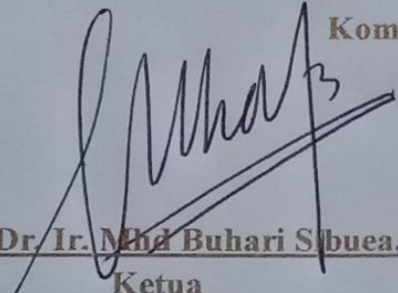
SKRIPSI

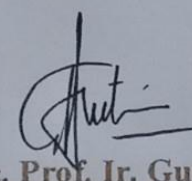
Oleh:

**MUHAMMAD BAKRI
1804300166
Agribisnis**

Disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing :


Prof. Dr. Ir. Mhd Buhari Sibuea, M.Si.
Ketua


Assoc. Prof. Ir. Gustina Srg. M.Si.
Anggota

**Disahkan Oleh :
Dekan**


Dr. Dafni Mawati Farigan, SP., M.Si.

Tanggal Lulus : 27-08-2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Muhammad Bakri

NPM : 1804300166

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Struktur Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger Sp*) (Studi Kasus : Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme) maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa mencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Juli 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Bakri

RINGKASAN

MUHAMMAD BAKRI, penelitian ini berjudul “**Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger Sp*) Studi Kasus : Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang**”. Dibimbing oleh Bapak Prof. Dr. Ir. Mhd Buhari Sibuea, M.Si. sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. sebagai anggota Komisi Pembimbing. Penelitian ini dimulai pada bulan Mei 2022 sampai Juli 2022 di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu melalui pendekatan struktur perilaku dan kinerja pasar dan juga untuk mengetahui pemasaran ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Lokasi penelitian ini diambil di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang digunakan dengan melihat langsung permasalahan yang timbul di daerah penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 65 nelayan aktif, 7 pedagang pengumpul, dan 17 pedagang pengecer. Metode penelitian yang digunakan adalah struktur pasar yang dianalisis dengan *market share*, konsentrasi pasar, hambatan keluar masuk pasar, dan jenis pasar, perilaku pasar yang dianalisis dengan penentuan harga, kerjasama antar lembaga pemasaran, dan saluran pemasaran, dan kinerja pemasaran yang dianalisis dengan margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar bersifat oligopsoni, nelayan merupakan penerima harga. Terdapat satu saluran pemasaran, margin pada pemasaran tersebut adalah 16.000. *Farmer share* (bagian yang diterima nelayan) yaitu berjumlah 42,85%. Efisiensi pemasaran yaitu berjumlah 7,83%.

Kata Kunci : Struktur, Perilaku Kinerja, Pemasaran, dan Ikan Kembung.

SUMMARY

MUHAMMAD BAKRI, this research is entitled "**Structure of Behavior and Marketing Performance of puffer fish (*Rastrelliger Sp*) Case Study: Kelambir Village, Pantai Labu District, Deli Serdang Regency**". Supervised by Mr. Prof. Dr. Ir. Mhd Buhari Sibuea, M.Si. as Chair of the Advisory Commission and Ms. Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. as a member of the Advisory Committee. This research started from May 2022 to July 2022 in Kelambir Village, Pantai Labu District, Deli Serdang Regency.

This study aims to determine the market structure of mackerel in Kelambir Village, Pantai Labu District through a behavioral and market performance structure approach and also to determine the marketing of mackerel in Kelambir Village, Pantai Labu District, Deli Serdang Regency. The location of this research was taken in Kelambir Village, Pantai Labu District, Deli Serdang Regency. This research method uses a case study method, namely research that is used by looking directly at the problems that arise in the research area. The sample in this study amounted to 65 active fishermen, 7 collectors, and 17 retailers. The research method used is market structure which is analyzed by market share, market concentration, market entry and exit barriers, and market type; Market behavior analyzed by pricing, cooperation between marketing agencies, and marketing channels, and marketing performance analyzed by marketing margin, farmer share, and marketing efficiency. The results showed that the market is oligopsony, fishermen are the price recipients. There is one marketing channel, the margin on that marketing is 16000. Farmer share (the share received by fishermen) is 42,85%. Marketing efficiency is 7,83%.

Keywords: Structure, Performance Behavior, Marketing, and Mackerel.

RIWAYAT HIDUP

MUHAMMAD BAKRI, lahir pada tanggal 07 Juni 1998 di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Penulis merupakan anak dari pasangan Ayahanda Husin dan Ibunda Supiati, penulis merupakan anak ke 4 dari 6 bersaudara.

Jenjang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis :

1. Tahun 2011 penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar (SD) 101928 Rantau Panjang.
2. Tahun 2014 penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Pantai Labu.
3. Tahun 2017 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Tunas Karya Batang Kuis.
4. Tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.

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

1. Mengikuti Pengenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa Baru (PKKMB) Fakultas Pertanian UMSU.
2. Mengikuti MASTA (Masa Ta'aruf) PK IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) Fakultas Pertanian UMSU Tahun 2018.
3. Mengikuti Kajian Intensif Al-Islam dan Kemuhammadiyah (KIAM).
4. Tahun 2021 penulis melakukan praktik kerja lapangan (PKL) di Perkebunan Sungai Wang, dan kuliah kerja nyata (KKN) di Desa Laut Dendang.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tidak lupa pula penulis haturkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Adapun judul penelitian ini adalah **“Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger Sp*) Studi Kasus : Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang”**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih ada kekurangan yang harus diperbaiki dalam skripsi ini, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritikan pembaca untuk melengkapi kekurangan untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Maka dari itu, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP. Sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. Sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Ir. Wan Arfiani Barus, M.P. Sebagai Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P. sebagai Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Mailina Harahap S.P., M.Si. Sebagai Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Juita Rahmadani Manik S.P., M.Si. Sebagai Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Prof. Dr. Ir. Mhd Buhari Sibuea, M.Si. Sebagai Ketua Komisi Pembimbing yang selalu mendukung dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar. M.Si. Sebagai anggota Komisi Pembimbing yang juga selalu mendukung dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Ibu dan Bapak Dosen di Fakultas pertanian terkhusus Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
10. Seluruh jajaran Staff Biro Fakultas Pertanian yang membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi dan akademis.
11. Kepada orang tua dan juga beserta seluruh keluarga yang telah banyak memberikan doa dan dukungannya kepada penulis baik secara moral maupun material, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada kakak Lisnawati Amd. Kom yang telah membantu dan juga memberikan semangat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada Septi Indriani S.KM yang telah membantu, juga memberikan semangat dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh teman-teman stambuk 2018 seperjuangan, terkhususnya AGB 4&5 Program Studi Agribisnis atas motivasi dan dukungannya.
Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Medan, Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah.....	4
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
Ikan Kembung (<i>Rastrelliger Sp</i>).....	6
Klasifikasi Ikan Kembung (<i>Rastrelliger Sp</i>).....	6
Morfologi Ikan Kembung (<i>Rastrelliger Kanagurata</i>).....	7
Pemasaran	8
<i>Struktur, Conduct and Performance (SCP)</i>	10
Jenis Pasar	10
Analisis perilaku pasar.....	10
Kinerja Pasar.....	11
Struktur Pasar Komoditas Perikanan	11

Perilaku Pasar Komoditas Pertanian	11
Kinerja Pasar Komoditas Pertanian	12
Penelitian Terdahulu	12
Kerangka Pemikiran.....	13
METODE PENELITIAN	16
Metode Penelitian	16
Metode Penentuan Lokasi	16
Metode Penarikan Sampel	16
Metode Pengumpulan Data.....	17
Metode Analisis Data.....	17
Analisis Struktur Pasar.....	17
Pangsa pasar.....	17
Konsentrasi Pasar.....	17
Hambatan Keluar Masuk Pasar.....	18
Margin pemasaran.....	19
Farmer Share (Bagian yang di terima nelayan)	20
Definisi dan Batasan Operasional	21
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	23
Letak dan Luas Wilayah	23
Geografis.....	23
Batas Wilayah	24
Keadaan Penduduk.....	25
Penggunaan Lahan	26
Karakteristik Sampel Nelayan Ikan Kembang	27

Karakteristik Pedagang Pengumpul	28
Karakteristik Pedagang Pengecer	30
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Analisis Struktur Pasar	31
1. Analisis Pangsa Pasar (<i>Market Share</i>).....	31
2. Konsentrasi Pasar untuk Pedagang Pengumpul.....	33
3. Konsentrasi Pasar untuk Pedagang Pengecer	34
4. Hambatan Masuk Pasar untuk pedagang pengumpul	35
5. Hambatan Masuk Pasar untuk pedagang pengecer.....	36
B. Perilaku Pasar.....	37
1. Sistem Penentuan Harga	37
2. Kerjasama Antar Lembaga Pemasaran	38
3. Saluran Pemasaran.....	39
C. Kinerja pasar	40
1. Margin Pemasaran	41
2. <i>Farmer's Share</i> (bagian yang diterima nelayan)	42
3. Efisiensi Pemasaran Ikan Kembung	43
KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
Kesimpulan	45
Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN.....	48

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Daftar Wilayah Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu.....	24
2.	Jumlah Penduduk di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu.....	25
3.	Sarana dan prasarana umum yang ada di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang	26
4.	Karakteristik responden Nelayan	28
5.	Karakteristik Pedagang Pengumpul	29
6.	Karakteristik Pedagang Pengecer.....	30
7.	Hasil Perhitungan Pangsa Pasar Pemasaran ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang	32
8.	Saluran Pemasaran di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu.....	40
9.	Biaya dan margin pemasaran di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu	41
10.	<i>Farmer's Shares</i> saluran pemasaran di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Ikan Kembung (<i>Rastrelliger Kanagurata</i>).....	6
Gambar 2.	Kerangka Pemikiran.....	15

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Daftar Kuisisioner Penelitian	48
Lampiran 2.	Surat Izin Penelitian.....	53
Lampiran 3.	Surat Balasan Penelitian	54
Lampiran 4.	Data Karakteristik Pengumpul.....	54
Lampiran 5.	Data Karakteristik Pengecer	58
Lampiran 6.	Data Karakteristik Nelayan	60
Lampiran 7.	Data Responden Nelayan.....	62
Lampiran 8.	Data Responden Pedagang Pengumpul	64
Lampiran 9.	Data Responden Pedagang Pengecer.....	65
Lampiran 10.	Perhitungan Pangsa Pasar	66
Lampiran 11.	Perhitungan CR ₄ Pedagang Pengumpul	67
Lampiran 12.	Perhitungan CR ₄ Pedagang Pengecer	68
Lampiran 13.	Biaya Operasional.....	69
Lampiran 14.	Perhitungan Margin	70
Lampiran 15.	Perhitungan Farmer's Share	71
Lampiran 16.	Dokumentasi.....	72

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia ialah negeri yang mempunyai kepulauan terbanyak di dunia ini dengan jumlah pulau sebanyak 17.504 pulau serta garis pantai yang terbentang sejauh 104.000 km. Luas wilayah samudera Indonesia kurang lebih 3.544 juta km² atau lebih kurang 70 persen dari wilayah Indonesia. Keadaan ini menempatkan sektor perikanan menjadi salah satu sektor potensial yang nyata pada bangsa Indonesia. Data tahun 2014 dari Food and Agriculture Organization (FAO) membuktikan bahwa Indonesia menduduki posisi ketiga global dibelakang China serta India, pada produksi perikanan.

Kekuatan sektor perikanan dapat dijadikan senjata untuk menjamin ketahanan pangan dan memajukan perekonomian nasional. Sektor Kelautan Indonesia merupakan penghasil ikan terbesar di perairan Asia Tenggara, produk ikan Indonesia diharapkan dapat tiba dalam jumlah banyak dan berkualitas baik.

Sumber daya perikanan yang hidup di lautan Indonesia dianggap mempunyai derajat keberagaman biologi tertinggi. Sumber daya ini mencakup setidaknya 37% spesies ikan dunia (Mawuntu, 2015).

Sumber daya perikanan dan maritim ialah sumber daya yang cukup kompleks. Saat ini lingkungan pengelolaan saja tidak selaras dengan sumber daya lainnya. Adapun sumber daya, mereka bermigrasi dan bergerak dalam ruang tiga dimensi, yaitu laut, perairan payau dan perairan pedalaman. Kondisi ini menambah kerumitan manipulasi. Perikanan ialah segmen dari pembangunan pertanian yang mempunyai kontribusi pada hal kekuatan pangan. Hal ini terjadi karena perikanan memenuhi berbagai kebutuhan hewan mulai dari peningkatan

produksi produk hewani dan persediaan bahan baku untuk keperluan industri, ikan merupakan sumber pakan ternak yang sudah tidak asing lagi di perusahaan Indonesia.

Produk ikan dari perikanan tangkap atau budidaya artinya salah satu sumber protein fundamental yang tersegel pada banyak sekali bermacam-macam ikan dan perikanan diantaranya: Fungsi perubahan (*change function*), mencakup prospek: pembelian serta pemasaran, fungsi fisik (*physical function*), mencakup prospek: pengiriman, penyimpanan, serta pengerjaan fungsi sarana (*facilitating function*), mencakup prospek: pembakuan serta spektrum, pembiayaan/pembelanjaan, penanggungan risiko, penumpukan, interpretasi, serta pengiriman.

Mayoritas rakyat tepi laut menjadikan perikanan menjadi pokok kekuatan serta penopang perkembangan perdagangan pada daerah tepi laut serta sumber pendapatan bagi rakyat dengan aset nasional yang krusial. Berhubung kesiapan serta kesepadanan sumber daya lingkungan hebat esensial bagi perkembangan pembangunan perdagangan serta bakal tergantung di pengendalian akan baik dari masing-masing aktor, yaitu masyarakat dan pemerintah.

Paradigma dasar yang menjadi (*SCP*) *structure conduct and performance* dikemukakan pertama kali dengan Mason dan Bain (1956) sekitar tahun 1939, menyatakan pandangan maka struktur suatu perusahaan bakal membuktikan dengan cara apa perusahaan tersebut berkarakter. Perilaku industri akan ikut kemudian memastikan kinerja atau *performance* sebuah perusahaan. Menurut Carlton dan Perlof (2000), pada rangkaian, rangka *SCP* membentuk rangka biasa untuk pendekatan studi organisasi perusahaan. Pola *SCP* memiliki 3 prospek pembagian akan silih terkait. Pengenalan *market structure* mencakup total

perseroan akan berkompetisi dipasar, penerapan teknologi, kontemplasi pasar, pembatasan pasar, serta rintangan keluar masuk pasar.

Menurut Baye (2010), dinamika perubahan harga, posisi perdagangan, fluktuasi harga, price taker di suatu pasar erat kaitannya dengan kondisi struktural, perilaku serta kinerja. Keadaan struktur pasar ikan kembung merajai perilaku pasar, yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja pasar. Hubungan ini silih berpegang serta memerintah suatu setara lain. Struktur pasar dapat memberikan wawasan tentang karakteristik pasar yang dihadapi oleh nelayan dan lembaga pemasaran serta pengaruhnya terhadap sistem harga. Perilaku pasar lebih menekankan pada kegiatan komersial yang dilakukan oleh nelayan dan pedagang di saluran pemasaran, akibatnya akan mempengaruhi besarnya biaya yang dikeluarkan dan margin keuntungan yang tercermin dari kinerja pasar.

Transformasi harga yang bertemu dipasar di pasar, ibarat tempat menawar pedagang ikan kembung dengan konsumen, erat kaitannya dengan keadaan struktur serta perilaku pasar ikan kembung. Struktur serta sikap pasar ikan kembung memimpin performa pasar ikan kembung.

Struktur pasar ikan kembung akan menguraikan dengan jalan apa kondisi pasar yang dihadapi oleh nelayan dan pedagang ikan kembung sebagai pelaku pasar memimpin sistem pembuatan bayaran ikan kembung. Meskipun perilaku pasar ikan kembung membayangkan perilaku nelayan serta penjual ikan kembung ketika menjalankan usahanya, namun hal tersebut bakal merajai biaya.

Jumlah beban akan dibelanjakan bagi penjual ikan kembung yang mengusai margin. Beban biaya pada margin ini akan tercermin dalam kinerja pasar (*market performance*) ikan kembung, makanya perlu dilakukan pembagian penjualan ikan

kembung melalui pendekatan SCP untuk memandang bagaimana struktur pasar yang dialami bagi nelayan ikan kembung, dan perilaku pasar para pemangku penjualan ikan kembung bahwa bakal mempengaruhi penyusunan biaya pada nelayan.

Berdasarkan deskripsi latar belakang diatas sehingga penulis menyimpulkan penelitian ini dengan mengambil judul “Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger Sp*) (studi kasus: Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang)”.

Rumusan Masalah

Menurut latar belakang di atas, maka dapat diperoleh masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana struktur pasar ikan kembung (*Rastrelliger sp*) di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu dengan pendekatan struktur perilaku serta kinerja pasar?
2. Apakah pemasaran ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu sudah berjalan efisien?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini merupakan:

1. Untuk menyelidiki struktur pasar ikan kembung di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu dengan pendekatan struktur perilaku serta kinerja pasar.
2. Untuk mengetahui pemasaran ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu berjalan dengan efisien.

Manfaat Penelitian

Mengenai manfaat penelitian ialah:

1. Bagi nelayan di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu penelitian ini dibutuhkan bisa memberikan informasi yang berguna bagi pengembangan kebijakan pemasaran ikan kembung.
2. Bagi pemda menjadi bahan dan masukan serta penilaian pada pengembangan sistem pemasaran ikan hasil tangkapan.
3. Bagi akademisi sebagai sumber informasi yang bisa dipergunakan untuk penelitian berikutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Ikan kembung (*Rastrelliger Sp*)

Ikan kembung ialah satu dari jenis ikan pelagias kecil yang memiliki potensi besar dan mudah dijumpai dipasar ikan tradisional Indonesia. Ikan kembung merupakan satu dari macam ikan samudra yang sangat digemari bagi rakyat Indonesia sebagai ikan makan sehari-hari, karena selain rasanya yang enak, ikan kembung juga dinilai sebagai ikan yang sangat ekonomis dan terjangkau oleh rakyat dari berbagai kalangan. Isrofiah *et al*, (2016) menyatakan maka 63 persen protein hewani yang dikonsumsi rakyat Indonesia berdasar dari ikan, khususnya ikan pelagias kecil.

Klasifikasi Ikan Kembung (*Rastrelliger Sp*)



Gambar 1. Ikan Kembung (*Rastrelliger Kanagurata*)

(Sumber : Dokumentasi Penelitian)

White *et al*, (2013) menyatakan klasifikasi ikan kembung :

Filum : *Chordata*

Kelas : *Pisces Sub*

Kelas : *Teleostei*
Ordo : *Percomorpi*
Sub Ordo : *Scombroidea*
Famili : *Scombridae*
Genus : *Rastrelliger*
Spesies : *Rastrelliger Kanagurata*

Nama Inggris : *Indian mackerel*

Nama Lokal : gembung jantan, kedah lepak, bancos, aso, como

Morfologi Ikan Kembang (*Rastrelliger Kanagurata*)

Ikan gembung (*Rastrelliger kanagurata*) ialah jenis ikan yang memiliki ciri khas berupa bercak hitam dibelakang sayap dada. Ikan ini memiliki dua baris lingkaran hitam dibawah sirip punggung dan parut hitam disepanjang tubuhnya. Panjang fisik ikan kembang sampai ± 35 cm. ikan kembang jantan kebanyakan dijumpai diperaian bening jauh dari pantai serta kandungan garam mulai 32%. Transmisi primer ikan kembang berdasar diperaian barat, selatan, timur serta Kalimantan sampai Selat Malaka (Yulianie, 2011).

Menurut Wandira *et al.*, (2018) ikan gembung jantan mempunyai keunikan yang terletak pada sayap ikan di belakang yang berbeda, tiap-tiap terdiri mulai 8-9 jari lemah. Sayap depan memiliki 16-19 jari sayap lemah, sayap lambung terdiri mulai 7-8 jari lemah, sirip ekor terdiri berasal 50-52 jeriji sirip lemah bersimpang serta bersisik di garis pinggir (linea lateralis) terdiri mulai 127-130 sisik. Selain itu, ikan kembang juga mempunyai panjang menggunakan ukuran 3,4 hingga 3,8 kali semampai tubuh, serta panjang kepala lebih besar .

Menurut Puspitasari (2013), ikan gembung jantan berbeda dengan ikan kembang betina. Perbedaan ini dapat dicirikan oleh karakteristik morfologi pada ikan. Ikan kembang betina (*Rastrelliger branchysoma*) mempunyai tubuh yang lebih panjang dibandingkan menggunakan ikan gembung jantan (*Rastrelliger kanagurata*), yang memiliki warna kebiruan dan kehijauan di bagian punggung serta putih keperakan yang sangat mengkilat di bagian atas ekor. Sirip belakang bermotif keabu-abuan kuning serta hitam pekat di tepinya. Sayap bagian depan serta sayap lambung bercorak kuning cerah mengkilat, meskipun sirip bagian bawah dubur dan sirip ekor belakang berwarna kuning muda cerah.

Pemasaran

Pemasaran ialah aktivitas yang sangat krusial pada sektor perikanan menjadi rangkaian keterkaitan agribisnis yang terdiri berasal dari rantai praproduksi (Zainal et al. 2017). Efektivitas perdagangan ikan kembang bisa dipandang melalui menjabarkan penjualan melalui pendekatan struktur perilaku serta kinerja pasar ikan kembang.

Kemampuan penjualan ialah prospek untuk mengukur apakah kegiatan kinerja pasar ikan kembang telah efektif, baik disaksikan dari struktur maupun perilakunya. Struktur pasar ikan kembang mengkaji berapa banyak nelayan dan lembaga pemasaran ikan kembang (penjual atau pengelola) yang terjadi di pasar ikan kembang serta posisi masing-masing lembaga di pasar tercatat. Penilaian struktur pasar dapat dipandang menurut totalitas atau tegak lurus. Struktur pasar dicermati untuk melihat struktur pasar di lembaga perdagangan eksklusif.

Pemasaran hasil perikanan di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu melibatkan lembaga pemasaran seperti perantara, pedagang besar, UKM, pengumpul dan pengecer. Kondisi pemasaran ini membuat pemasaran ikan kurang baik dan tidak efisien serta cenderung menciptakan banyak saluran pemasaran. Dengan demikian posisi nelayan dalam transaksi pemasaran belaka menjadi pengambil harga sebab posisi tawar yang lemah dibandingkan dengan pedagang besar.

Unit produksi ikan kembung yang berada di wilayah pesisir memiliki kendala dalam mengakses informasi harga, infrastruktur, jarak antara produsen serta konsumen. Serta kurangnya pengetahuan nelayan tentang masalah pemasaran ikan kembung yang menghambat nelayan dalam menentukan lembaga pemasaran yang tepat. Sehingga lemahnya teknologi sistem informasi pasar juga mengakibatkan tidak dapat terpenuhinya kebutuhan pasar dan produsen, sehingga keuntungan yang diperoleh pedagang besar lebih banyak dan margin tidak terdistribusi dengan baik ke masing-masing agen pemasaran (Rahmadani *et al.* 2016). Oleh karena itu hal ini dapat menyebabkan kegagalan pasar terjadi karena arus informasi yang asimetris.

Menurut Anindita (2017). Efisiensi pemasaran harus diambil supaya berpengalaman meneruskan faedah yang bermoral dan adil kepada konsumen dan penghasil, forum pemasaran serta konsumen. pada pemasaran perikanan, nelayan sebagai pembuat tak jarang memperoleh harga yang cukup sederhana serta disparitas harga yang kapital menggunakan pembeli. Panjang saluran pemasaran kebanyakan menonjol akan kemampuan penjualan, sebab akan menonjol atas jumlah farmer's share serta margin.

Hanafiah dan Saefuddin (1986) mengutarakan panjangnya saluran pemasaran yang ditempuh produk ikan tergantung di beberapa variabel ialah jeda sela-sela pembuat serta pemesan, aktif tidaknya produk yang rusak, rasio pemakaian serta keadaan finansial wirausaha.

Kondisi penjualan perikanan di Indonesia terkhusus di daerah penelitian yang dilakukan harus lebih mencermati nelayan kecil (*smallholder*). Dipandang berasal prosedur harga nelayan mempunyai daya tawar yang mungil dibandingkan menggunakan lembaga penjualan lain yang terlibat pada penjualan produksi ikan.

Struktur Perilaku dan Kinerja (SCP) dalam sistem pemasaran

Pendekatan structure, conduct and performance (SCP) artinya suatu pendekatan yang dipergunakan buat mengkaji pasar maupun industri (Waldman dan Jensen 2007). Struktur pasar pula didefinisikan menjadi watak organisasi pasar yang menghipnotis perilaku serta kinerja pasar (Asmarantaka 2012).

Jenis Pasar

Jenis pasar yang diwujudkan secara naratif akan diketahui lewat struktur pasar, kontemplasi pasar serta kendala keluar masuk pasar serta digambarkan berbanding stigma pasar yaitu, monopsoni (pangsa pasar tinggi serta kendala masuk tinggi) persaingan pasar tepat (pangsa pasar kecil serta kendala masuk pasar rendah), pasar oligopsoni (kontemplasi pasar serta kendala masuk pasar tinggi).

Analisis perilaku pasar

Analisis perilaku pasar bisa digunakan secara deduktif serta membuat survey informasi atau kuesioner dan mendeskripsikannya sesuai menggunakan perbandingan perilaku pasar ialah praktik harga serta persekutuan menyertai

forum atau lembaga yang terjun pada penjualan ikan kembung di Desa Kelambir. Rangkaian pemasaran ikan kembung yang terlibat di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu dilakukan dengan mengikuti alur produksi ikan kembung dari nelayan hingga ke pemesan akhir.

Kinerja Pasar

Kinerja pasar artinya suatu syarat yang didapatkan berasal dari struktur serta perilaku pasar yang menunjukkan tarif dan kapasitas pemakaian akan datang bisa menyampaikan evaluasi kualitas atau tidak berasal sistem pemasaran (Dahl serta Hammond 1997).

Struktur Pasar Komoditas Perikanan

Menurut Baye (2012). Struktur pasar juga dapat diidentifikasi dari tingkat persaingan, pemusatan pasar serta kendala masuk pasar. Beberapa penelitian yang menggunakan pendekatan SCP antara lain Hidayanti (2014) menemukan bahwa struktur pasar tuna global mengarah ke pasar monopoli. Meski jumlah eksportir bertambah, volume masing-masing eksportir baru relatif kecil. Dimana nilai *consentration rasio* yang ditemukan adalah >1.800 dan $CR4 >40,5$. Struktur pasar dapat mencerminkan kondisi pasar yang dihadapi oleh pelaku pemasaran, khususnya di sektor perikanan. Keadaan pasar yang tiada selalu sempurna membuktikan maka pemasaran produk ikan kurang efisien.

Perilaku Pasar Komoditas Pertanian

Market Counduct atau perilaku pasar menyelidiki cara meskipun reaksi yang dilaksanakan oleh pelaku pasar selaku pribadi maupun berkelompok. Dalam penelitian Bosen *et al.* (2011) juga mengungkapkan bahwa petani kapas di Ethiopia lemah dalam keterikatan kelembagaan dan pemasaran produk mereka

secara individual. Informasi harga diperoleh dengan menggunakan informasi dari pengumpul, koperasi dan teman. Sementara itu, sekitar 18 persen petani menghadapi harga jual yang sangat rendah dan 90 persen mesti mempunyai antusiasme akan menetapkan biaya jual di pasar. Sementara itu Apituley *et al.* (2018), ditemukan bahwa kolusi terjadi karena sistem pemasaran yang tidak sempurna dimana pedagang pengumpul dapat menentukan dan mengendalikan harga di tingkat nelayan.

Kinerja Pasar Komoditas Pertanian

Kinerja merupakan elemen pasar penghabisan pada konsep aturan wadah industri selain struktur serta perilaku. penampilan (performance) dapat diperkirakan dengan margin biaya, model keuntungan, kemampuan, pertumbuhan teknologi, pemerataan distribusi. Penelitian oleh Verma *et al.* (2015) Kendala pemasaran ikan di Nigeria dipengaruhi oleh biaya transportasi (93,3 persen), keterlambatan pengiriman (86,6 persen) biaya pemasaran (90 persen) informasi harga pasar (83,33 persen), dukungan modal (76,6 persen) infrastruktur (65,5 persen), fasilitas penyimpanan (60 persen), kualitas ikan (50 persen) dan status sosial ekonomi (33 persen). Sedangkan Azhara (2016) menemukan di pasar bandeng di Jawa Barat terjadi inefisiensi kinerja pasar karena penyebaran harga disela-sela pasar tingkat konsumen dan harga di tingkat petani sangat rendah.

Penelitian Terdahulu

Arthatiani dkk (2020), menunaikan penelitian menggunakan judul Analisis Struktur Pasar, perilaku serta Kinerja Industri Tuna pada Indonesia. Akibat penelitian memberikan bahwa struktur industri tuna di Indonesia di taraf eksportir tuna dicermati dari nilai rata-homogen Herfindhal Hirschman Index (HHI),

Concentration Ratio (CR4) serta rasio Minimum Efficiency Scale (MES) membuktikan bahwa tuna fresh serta tuna beku mempunyai struktur pasar oligopoli ketat.

Suryawati *et al* (2019), memenuhi penelitian melalui judul Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Pasar Udang Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut hasil analisis data CR4 dan HHI, laporan tingkat konsentrasi pasar udang domestik menunjukkan tren untuk melepaskan pelanggan dari kompetitor. Karena wajib adanya pemeriksaan terhadap kesibukan usaha supaya terwujud struktur pasar melalui kompetisi yang istimewa.

Rahmadani dkk (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis Struktur dan Kinerja Pemasaran Ikan Patin Salai di Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. Membuktikan yang akan terjadi penelitian bahwa struktur pasar industri ikan salai patin dikecamatan XIII koto Kampar Kabupaten kampar merupakan struktur pasar yang mengarah persaingan tepat, sebab mendekati seluruh industri ikan salai patin tidak memiliki pangsa pasar yang signifikan. Sikap pasar ikan salai patin dicermati dari taksir skala konsentrasi merupakan pengecer terbanyak menggunakan nilai 36,79%, meskipun nilai rasio konsentrasi terendah merupakan pedagang pengumpul/agen sebesar 30,78%, nilai umumnya HHI ialah sebanyak 0,1242 tetapi, terjadi kendala masuk pasar buat mengarah pasar kompetisi tepat.

Kerangka Pemikiran

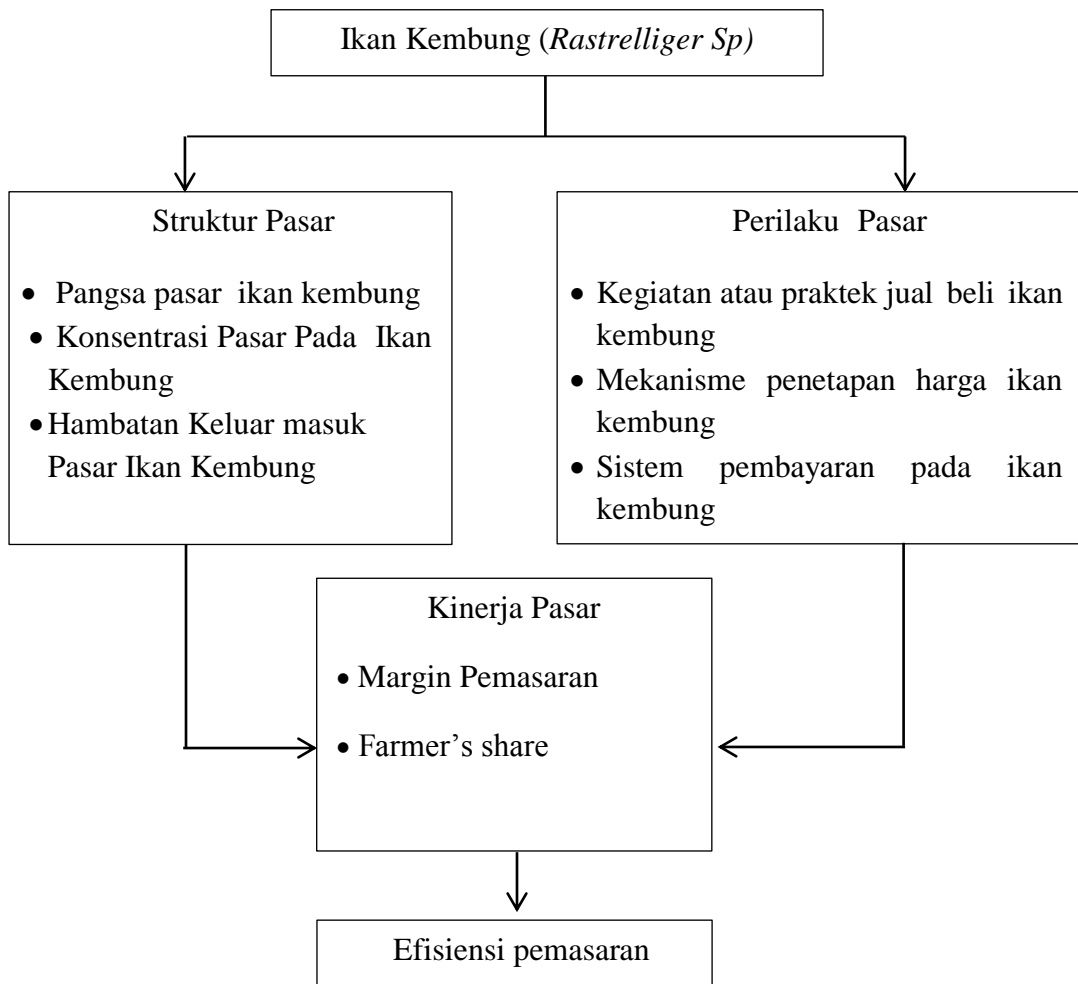
Ikan kembung merupakan hasil perikanan utama bagi nelayan pada Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Aktivitas produksi ikan yang didominasi sang nelayan maupun operator skala kecil. Pada sistem

pemasaran ikan kembung, nelayan cenderung bertindak sebagai price taker serta tidak mempunyai daya tawar yang sedikit bertenaga. Adapun biaya yang diterima nelayan bukan menyertakan acuan pergerakan tarif pada taraf pelanggan. Syarat ini melahirkan dasar asumsi perpecahan sepasang vertikal pasar pemasaran ikan kembung. Syarat pasar yang kurang baik memberikan asumsi pasar ikan kembung belum berfungsi secara efisien. Suatu karakteristik pasar yang praktis ialah harga bisa ditransmisikan dari pasar konsumsi ke pasar produksi secara tekonsolidasi dan kebalikannya.

Struktur perilaku serta kinerja pemasaran ialah pendekatan yang dilaksanakan buat membuka suatu persoalan, eksklusif pada pemasaran produksi ikan. Persoalan yang dialami merupakan margin pemasaran yang semampai serta instabilitas biaya, risiko produksi ikan fresh yang masih sederhana, sampai pengerjaan produksi ikan yang sewaktu-waktu visibel.

Struktur pasar akan mempengaruhi tingkat konsentrasi, semakin tinggi jumlah pelaku pasar, semakin rendah tingkat konsentrasi dan sebaliknya. Struktur pasar yang cukup terkonsentrasi akan membangun kekuatan pasar bagi pengusaha atau pedagang besar ikan yang mayoritas untuk memutuskan harga serta merusak masuknya pesaing potensial. Bila kekuatan pasar ini dipergunakan, maka pengusaha atau pedagang kuat yang menonjol bakal mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi berasal pesaingnya. Struktur pasar bisa dikategorikan sebagai ragam yakni, pasar kompetisi tepat (*perfect competitive market*) serta pasar kompetisi tiada tepat (*imperfect competitive market*).

Menurut penjelasan di atas, skema penjualan ikan kembung dapat di lihat pada Gambar 2 berikut :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode ini memakai metode studi kasus (*case study*,) ialah analisis yang dipergunakan melalui secara eksklusif konflik yang muncul pada wilayah analisis. Studi kasus adalah suatu teknik yang menyebutkan berbagai macam analisis pada satu tujuan spesifik semasa periode tertentu, maupun suatu ikon yang ada di daerah penelitian yang ditentukan di kawasan yang belum pasti seragam dengan wilayah lain sehingga diperoleh hasil yang akurat.

Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Penetapan tempat penelitian dilaksanakan dengan terencana mengingat Desa Kelambir ialah suatu desa yang setengah kapital warganya bekerja menjadi penangkap ikan kembung. Desa Kelambir juga merupakan desa penghasil ikan gembung di Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang Wilayah Sumatera Utara.

Metode Penarikan Sampel

Metode pengambilan representatif yang diterapkan pada penelitian ini dengan menggunakan teknik sensus, dimana ilustrasi untuk penelitian ini adalah seluruh populasi nelayan, pengumpul dan pengecer ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu dengan jumlah 19 kapten kapal/tekong yang masing-masing kapten memiliki awak kapal, yang mana total keseluruhannya ialah 65 nelayan ikan kembung aktif, 7 pengumpul dan 17 pengecer. Pengutipan representatif pelaut dilaksanakan secara purposive serta lembaga pemasaran dilaksanakan dengan memakai teknik *snowball sampling*.

Metode Pengumpulan Data

Data ditemukan berdasarkan hasil pernyataan serta hubungan lapangan antara peneliti, objek yang diteliti serta orang-orang yang berada di tempat analisis. Data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah sumber data penelitian yang diperoleh dari data sekunder dan data primer. Dimana data yang ditemukan secara langsung dari sumber dan melalui studi literatur.

Metode Analisis Data

Teknik penelitian yang dipergunakan pada analisis ini ialah penelitian, struktur pasar (pangsa pasar, konsentrasi pasar dan kendala masuk serta keluar pasar), analisis perilaku pasar, dan analisis sikap pasar (farmer share serta margin pemasaran).

Analisis Struktur Pasar

Analisis struktur pasar dapat dilihat dari:

Pangsa pasar

Pangsa pasar membuktikan bahwa pangsa pasar yang dikuasai oleh distributor perdagangan. Pangsa pasar suatu perusahaan bisa dirumuskan apabila:

$$Msi = \frac{Si}{Stot} \times 100\%$$

Keterangan :

Msi : Pangsa Pasar suatu lembaga pemasaran (%)

Si : Jumlah penjualan lembaga pemasaran Ke-i (Rp)

Stot : Total Penjualan seluruh lembaga pemasaran (Rp)

Konsentrasi Pasar

Konsentrasi pasar bisa dihitung dengan menentukan analisis Concentration Ratio of the Biggest four (CR4). Hirschey (2009) menerangkan bahwa nilai CR8

$\geq 0,8$ membuktikan perusahaan yang sangat terpusat. Untuk nilai CR8 antara $0,5 < CR8 < 0,8$ menunjukkan pasar terkonsentrasi sedangkan nilai $CR8 \leq 0,5$ menentukan pasar terpusat lemah. Perhitungan konsentrasi pasar akan menggunakan analisis *Concentration Ratio for Biggest Four* (CR4) yang merupakan alat analisis untuk menangkap tingkat konsentrasi pangsa pasar 4 teratas, Aninditya dan Baladina (2017).

$$CR4 = \frac{s1 + s2 + s3 + s4}{SN}$$

Keterangan:

CR 4 = Konsentraasi Rasio

S1 = Volume penjualan ikan kembung oleh pedagang 1,2,3,4 (Kg/Hari)

SN = Total penjualan seluruh ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu (Kg/Hari).

Hambatan Keluar Masuk Pasar

Hambatan keluar dan masuk pasar dapat dihitung dengan Minimum Efficiency Scale (MES), ialah perhitungan pemasaran ikan kembung yang dilaksanakan bagi penjual relatif berhubungan dengan seluruh pasar ikan kembung di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu. Kendala keluar masuk bisa dihitung melalui rumus:

$$MES = \frac{\text{Penjualan ikan Kembung oleh Pedagang}}{\text{jumlah ikan kembung di pasar}} \times 100\%$$

keterangan :

MES : Minimum Efficiency Scale

Kinerja Pasar

Dahl dan Hammond (1997) menyatakan kinerja pasar ialah jangka sebagai kesudahannya dari struktur serta perilaku pasar yang menunjukkan dengan biaya dan kapasitas produksi yang akan datang bisa meneruskan estimasi baik maupun tidaknya suatu prosedur penjualan

Analisis kinerja pasar bisa dilihat dengan menjumlahkan margin penjualan serta *farmer share*. Panjang saluran penjualan tidak serta-merta menentukan performa penjualan yang efisien. Apabila rantai pemasarannya panjang serta berpengalaman memajukan kepuasan pelanggan, sehingga skema penjualan tersebut dapat dikatakan efektif.

Margin pemasaran

Asmaratanka (2012) memaparkan pengertian margin seumpama bayangan dari kegiatan bisnis maupun fungsi penjualan yang dilaksanakan pada skema penjualan. Selanjutnya, margin ialah seperangkat jawaban bantuan untuk aktivitas bermanfaat (meningkatkan maupun membuat manfaat) dalam aliran produk agroindustri dari pekebun hingga tangan pelanggan puncak.

Margin bisa memperlihatkan nilai tambah petani untuk pelanggan. Analisis margin ini bisa dipergunakan untuk menjabarkan skema penjualan dari aspek makro (penjualan produksi dari nelayan ke pelanggan). Rumus margin penjualan bisa dilihat sebagai berikut:

$$\mathbf{MT = Pr - Pf}$$

Keterangan:

MT = margin total

Pr = harga ikan kembung di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = harga ikan kembung ditingkat nelayan (Rp/Kg)

Farmer Share (Bagian yang di terima Nelayan)

Farmer Share adalah keuntungan dari biaya yang masuk oleh nelayan dan beban yang dibayar oleh pelanggan. Sementara faktor yang memimpin Farmer Share, antara lain tingkat pengolahan, beban pengiriman, total produksi, serta daya tahan produk. Farmer share berhubungan minus menurut margin penjualan. Semakin tinggi margin penjualan, semakin rendah bagian yang diperoleh oleh nelayan.

Farmer Share bisa dihitung melalui rumus :

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

FS : bagian harga yang diterima produsen (Farmer's share)

Pf : harga di tingkat nelayan (Rp/Kg)

Pr : Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/Kg)

Soekartawi (2002) memaparkan bahwa untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Dimana:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Jumlah biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = Jumlah Nilai produk yang dipasarkan (Rp/kg)

Maka apabila saluran pemasaran EP <50% maka saluran pemasaran efisien, dan jika EP >50% maka saluran pemasaran tidak efisien.

Definisi dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang pentingnya penelitian ini, maka digunakan definisi dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Responden adalah nelayan, pengumpul, dan pengecer ikan kembung yang memperdagangkan ikan kembung di Desa Kelambir. Nelayan merupakan seorang yang melakukan pekerjaannya untuk mencari Ikan Kembung
2. Pemasaran ialah proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan pelanggan akhir.
3. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen.
4. Saluran pemasaran adalah seperangkat lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran.
5. Farmer's share merupakan salah satu indikator untuk menentukan efisiensi pemasaran. Farmer's share diukur dengan membandingkan harga ikan kembung yang diterima nelayan dengan harga yang dibayarkan konsumen oleh konsumen dikalikan 100%.
6. Efisiensi pemasaran adalah kondisi yang digunakan dalam penelitian kinerja proses pemasaran untuk semua lembaga yang terlibat dalam pemasaran (%).
7. Struktur pasar adalah elemen strategis yang relatif permanen dari lingkungan bisnis yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku dan kinerja di pasar.
8. Perilaku pasar adalah aktivitas yang terjadi di pasar.

9. Kinerja pasar adalah hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri yang hasilnya biasanya diidentikkan dengan besar kecilnya pangsa pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan dalam suatu industri.
10. Lokasi penelitian di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Wilayah

Deli Serdang ialah salah satu kabupaten yang terletak di pesisir timur Sumatera Utara. Secara geografis Kabupaten Deli Serdang terletak dari 2°57' Lintang Utara sampai dengan 3°16' Lintang Utara dan 98°33' Bujur Timur sampai dengan 99°27' Bujur Timur dengan ketinggian 0 sampai dengan 500 meter di atas permukaan laut.

Kabupaten Deli Serdang ialah wilayah seluas 2.497,72 km² yang terdiri dari 22 Kecamatan dan 394 Desa/Kelurahan Definitif. Kabupaten Deli Serdang berbatasan di sebelah utara dengan Kabupaten Langkat dan Selat Malaka, di sebelah selatan dengan Kabupaten Karo dan Simalungun, di sebelah barat dengan Kabupaten Langkat dan Karo serta Kota Binjai dan di sebelah timur dengan Kabupaten Serdang Bedagai.

Asal usul nama Kecamatan Pantai Labu dulunya adalah daerah di tepi pantai yang tanahnya ditumbuhi labu kuning yang berbuah besar, sehingga kerabat sebelumnya menyebut daerah ini Pantai Labu.

Awalnya, kota utama Kecamatan Pantai Labu berada di Desa Pantai Labu Pekan karena rencana pembebasan lahan, tempati penggantian bandara Polonia Medan dan kantor Kecamatan Pantai Labu terkena rencana tersebut, sejak tahun 2000 kantor Kecamatan Pantai Labu dialihkan ke Desa Kelambir.

Geografis

Desa Kelambir adalah Negeri Kesultanan, konon dari tanah Aceh berdarah Turki bernama M. Sharem (Gelar Datuk Belimbing) dan Muhammad (Gelar

Datuk Payung) datang untuk membuka daerah baru untuk mendiami koloni bernama Ujung Tanjung .

Kemudian menyusul daerah baru yang dikenal dengan nama Berembang, Pematang Joyo dan Klubi. Penduduk di wilayah ini mayoritas beragama Islam dan beretnis Melayu. Hancurnya koloni tempat tinggal mereka dilanda banjir, sehingga para pemimpin berkumpul dan berdiskusi untuk membuka koloni baru. Salah satunya memberikan gambaran yang dikenang di bagian barat pemukiman yang ditumbuhi pohon kelapa. Sehingga masyarakat melihat keberkahan ini, mereka semua menyepakati daerah baru yang mereka beri nama Kampung Kelambir yang diambil dari kata Kelapa yang dalam bahasa Melayu disebut Kelambir.

Secara geografis Desa Kelambir terletak di dataran tinggi pada ketinggian 0 sampai 8 meter di atas permukaan laut, jumlah intensitas hujan rata-rata 23°C-34°C/tahun. Jarak dari pusat pemerintah Kecamatan adalah 1 km, jarak kota utama Kabupaten 16 km, dengan jarak pusat kota ke wilayah 46 Km. Luas wilayah Desa Kelambir merupakan salah satu wilayah terkecil atau sedang hingga besar yang ada di Kecamatan Pantai Labu, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Daftar Wilayah Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu

No.	Nama Dusun	Luas Wilayah
1.	Dusun I	223 Ha
2.	Dusun II	79 Ha
3.	Dusun III	60 Ha
4.	Dusun IV	38 Ha
Jumlah		400 Ha

Sumber : Data Sekunder Kantor Desa Kelambir, 2022

Batas Wilayah

Secara geografis Desa Kelambir berbatasan dengan wilayah :

- Utara : Desa Rantau Panjang
- Timur : Desa Pematang Biara
- Selatan : Desa Durian dan Desa Pematang Biara
- Barat : Desa Tengah dan Desa Sei Tuan

Keadaan Penduduk

Menurut data struktur warga berdasarkan usia, terlihat total warga jejak lebih rendah dari warga wanita. Pernikahan di umur muda (17-19) masih sering terjadi di desa sehingga banyak dari mereka setelah menikah kemudian laki-laki meninggalkan istrinya untuk sementara waktu, pertama setelah kemunculan anak teristimewa mereka.

Jumlah penduduk desa Kelambir laki-laki dan perempuan ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Jumlah Penduduk di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu

No.	Dusun	Jumlah KK	Jumlah Perempuan	Jumlah Laki-Laki
1.	I	288	438	460
2.	II	160	298	315
3.	III	183	348	297
4.	IV	87	169	175
Jumlah		658	1.253	1.247

Sumber : Data Kantor Desa Kelambir, 2022

Menurut tabel diatas jumlah kepala keluarga terbesar adalah dusun I dengan jumlah 228 kepala keluarga dan terkecil adalah dusun IV dengan jumlah 87 kepala keluarga. Jumlah penduduk terbesar di Desa Kelambir adalah dusun I dengan 460 pria dan 438 wanita, sedangkan jumlah penduduk terkecil adalah dusun IV dengan 175 pria dan 169 wanita.

Penggunaan Lahan

Lahan desa Kelambir hampir seluruhnya digunakan sebagai kawasan pemukiman penduduk desa Kelambir, perkantoran, fasilitas umum, fasilitas sosial dan lahan pertanian.

Sarana dan prasarana desa yang baik dapat mendukung dan mempengaruhi pembangunan dan kemajuan desa. Jika sebuah desa memiliki sarana dan prasarana yang baik, tentunya desa tersebut dapat ditopang oleh kemajuan dan kesejahteraan masyarakatnya. Berikut data sarana dan prasarana Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang.

Tabel 3. Sarana dan prasarana umum yang ada di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang.

No	Uraian	Jumlah
1.	Jalan Desa	2 km
2.	Jalan Kabupaten	5 km
3.	Jembatan	6 Unit
4.	Kantor Kepala Desa	1 Unit
5.	Taman Kanak – Kanak	1 Unit
6.	Sekolah Dasar	1 Unit
7.	Sekolah Menengah Pertama	1 Unit
8.	Pukesdes	1 Unit
9.	Lapangan Umum	2 Unit
10.	Masjid	1 Unit
11.	Musholla	3 Unit
12.	Gereja	4 Unit
13.	Industri Rumah Tangga	10 Unit
14.	WC Umum	4 Unit

Sumber :Data Sekunder Kantor Desa Kelambir, 2022

Karakteristik Sampel Nelayan Ikan Kembang

Sampel dalam penelitian ini adalah nahkoda kapal atau tekong yang memiliki 19 perahu atau sampan ikan kembang aktif, masing-masing nahkoda memiliki anak buah kapal sendiri, dengan jumlah total 65 orang. Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu, serta beberapa instansi lainnya seperti 7 pengumpul dan 17 pengecer. Karakteristik responden yang dimaksud adalah usia, tingkat pendidikan dan pengalaman.

Berdasarkan Tabel 4, rata-rata usia nelayan responden berkisar antara 41 sampai dengan 60 tahun yaitu usia produktif dengan tingkat pendidikan SLTP sebesar 35,4% dan usia nelayan yang sedikit berjumlah 8 orang dengan usia >50 tahun. Sekalipun memiliki tingkat pendidikan yang cukup rendah dari segi pengalaman, rata-rata nelayan responden sudah cukup berpengalaman, yakni 11 sampai 30 tahun pengalaman.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan nelayan, sebagian besar penjualan produk ikan kembang dilakukan kepada pengumpul atau tokeh dengan harga dasar yang telah ditetapkan oleh pengumpul atau tokeh melalui mekanisme yang dikomunikasikan oleh pengumpul. Selain itu, tujuan penjualan kepada pengumpul atau tokeh karena sampan/kapal yang digunakan nelayan adalah perahu pengumpul/tokeh sehingga nelayan wajib menjual hasil tangkapannya kepada pengumpul atau tokeh masing-masing karena nelayan bekerjasama dengan pedagang pengumpul untuk mendapatkan semua kebutuhan nelayan dari alat atau fasilitas nelayan sampan dengan stok es balok dan berbagai macam kebutuhan lainnya.

Tabel 4. Karakteristik responden Nelayan

No.	Keterangan	Jumlah Nelayan	Presentasi (%)
1	Umur		
	21 – 30	13	20
	31 – 40	18	27,7
	41 – 50	26	40
	>50	8	12,3
2	Pendidikan		
	Tidak tamat	5	7,7
	SD	19	29,2
	SMP	23	35,4
	SMA	18	27,7
3	Pengalaman		
	<10	6	9,2
	11 – 20	23	35,4
	21 – 30	27	41,4
	>31	9	13,8
4	Status Nelayan		
	Nelayan Penuh	58	89,2
	Nelayan Sambilan	3	4,6
	Nelayan / Pemilik	4	6,2
5.	Ukuran Kapal / Sampan		
	25 kaki	4	21,1
	29 kaki	2	10,5
	30 kaki	2	10,5
	31 kaki	4	21,1
	32 kaki	5	26,3
	33 kaki	2	10,5

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Karakteristik Pedagang Pengumpul

Penjual yang terlibat dalam perdagangan ikan kembung di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu, adalah pengumpul dan pengecer. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang menjadi salah satu lembaga koperasi nelayan yang berperan penting sebagai pembeli utama hasil tangkapan nelayan.

Pedagang pengumpul merupakan lembaga pemasaran penting dalam pendistribusian hasil tangkapan nelayan. Peran mereka adalah memasarkan hasil

tangkapan nelayan ke lembaga pemasaran lain, yaitu pengecer, tempat pendaratan ikan (TPI), pasar ikan tradisional dan lain-lain. Hubungan antara nelayan dan pedagang sangat kuat (*patron klien*). Dasar kerjasama yang ada adalah modal operasional dan pemasaran hasil tangkapan. Jumlah responden pedagang pengumpul dalam penelitian ini berjumlah 7 responden. (ditunjuk pada Tabel 5).

Tabel 5. Karakteristik Pedagang Pengumpul

No.	Keterangan	Jumlah Pengumpul	Presentasi (%)
1	Umur		
	21 – 30	1	14,3
	31 – 40	3	42,9
	41 – 50	2	28,6
	>50	1	14,3
2	Pendidikan		
	Tidak tamat	0	0
	SD	2	28,6
	SMP	1	14,3
	SMA	4	57,1
3	Pengalaman		
	<10	2	28,6
	>10	5	71,4
4	Volume Usaha/Bulan		
	<1 Ton	0	0
	>1 Ton	7	100
	Jumlah	7	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Tingkat pengalaman pedagang pengumpul lebih dari 10 tahun, sedangkan tingkat pendidikan rata-rata adalah SMA (57,1%). Rata-rata volume usaha pedagang dalam sebulan adalah > 1 ton (1.000 Kg) ikan kembung. Dalam sistem pemasaran, sebagian besar pedagang menjual ikan kembung ke pengecer, dan dari Tempat Pendaratan Ikan (TPI) ke pasar ikan tradisional.

Karakteristik Pedagang Pengecer

Mayoritas pengecer yang diwawancarai dalam penelitian ini berdomisili di kecamatan Pantai Labu. Pengecer yang diwawancarai adalah pedagang yang menjual ikan kembung di Pasar Senin Desa Kelambir, Pasar Sore Desa Kelambir dan Tempat Pendaratan Ikan (TPI) Pantai Labu di Pasar Tradisional Batang Kuis. Karakteristik pengecer di pusat penelitian adalah Pasar Senin di Desa Kelambir dan Pasar Sore di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu.

Tabel 6. Karakteristik Pedagang Pengecer

No.	Keterangan	Jumlah Nelayan	Presentasi (%)
1	Umur		
	21 – 30	2	11,8
	31 – 40	8	47,1
	41 – 50	4	23,5
	>50	3	17,6
2	Pendidikan		
	Tidak tamat	0	0
	SD	3	17,6
	SMP	5	29,4
	SMA	9	52,9
3	Pengalaman		
	<10	11	64,7
	>10	6	35,3
4	Volume Usaha/Bulan		
	<1 Ton	15	88,2
	>1 Ton	2	11,8
	Jumlah	17	100

Sumber : Data Primer diolah 2022

Menurut Tabel 6, usia rata-rata pengecer yang disurvei adalah 31 sampai 40 tahun (47,1%). Untuk pendidikan responden, pengecer didominasi oleh perguruan tinggi (52,9%) dan pengecer memiliki tingkat pengalaman usaha rata-rata <10 tahun. Sementara itu, volume penjualan pengecer rata-rata diatas 1 ton perbulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Struktur Pasar

Mengetahui ukuran pasar esensial sebab, pasar yang tidak bersaing cenderung tidak adil. Ini merupakan langkah awal dalam analisis pemasaran, terutama dalam kerangka paradigma Structure Conduct Performance (SCP). Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, paradigma SCP dimulai dengan mengetahui struktur atau bentuk pasar dan kemudian mengetahui tingkah laku pasar. Langkah selanjutnya adalah mengetahui hubungan antara struktur pasar dan perilaku pasar. Kemudian, langkah terakhir adalah melihat bagaimana struktur dan tingkah laku pasar muncul.

Analisis struktur pasar biasanya digunakan untuk mengidentifikasi rendah dan tingginya persaingan pada pasar ikan kembung di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang. Struktur pasar dapat dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan beberapa elemen ialah pangsa pasar (*Market share*), Konsentrasi Pasar (CR4), dan Hambatan masuk pasar (MES). Temuan penelitian ini adalah melihat analisis struktur pasar di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang sebagai berikut:

1. Analisis Pangsa Pasar (*Market Share*)

Untuk menentukan maupun mengukur struktur pasar, hal yang pertama harus dilakukan ialah data pasar dikumpulkan atau presentase pangsa pasar. Untuk mengumpulkan data ini, dilakukan sensus agar semua pelaku pasar teridentifikasi dengan benar. Pangsa pasar adalah persentase penjualan di pasar sasaran yang diperoleh dari suatu perusahaan.

Dalam pemasaran ikan kembung di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu, terdapat tiga jenis pemasaran ikan kembung. Berikut adalah pemasaran pangsa pasar (*Market Share*) ikan kembung.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Pangsa Pasar Pemasaran ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang.

No	Lembaga	Penjualan (Kg/Bulan)	Pangsa Pasar (%)
		Jumlah	
1	Nelayan	69.000	45,53
2	Pedagang Pengumpul	72.900	48,10
3	Pedagang Pengecer	9.630	6,36
Jumlah		151.530	100

Sumber : Data Primer diolah 2022

Dari tabel diatas terlihat kalau lembaga pemasaran ikan kembung terbesar di desa Kelambir kecamatan Pantai Labu menguasai pangsa pasar sebesar 48,10% dari semua pangsa pasar yang ada. Berdasarkan data yang di terima melalui diskusi dan wawancara atau Tanya jawab mendalam dengan nelayan yang diwawancarai di desa Kelambir, kecamatan Pantai Labu, jumlah kapal penangkap ikan adalah 19 kapal/sampan, terdiri dari nakhoda dan awak, dengan jumlah 65 orang, jumlah pedagang pengumpul adalah 7 orang dan pengecer 17 orang. Sehingga pengumpul memiliki jumlah ikan kembung yang lebih banyak atau melebihi kuota dari nelayan. Hal ini menunjukkan bahwa, agen/pengumpul pemasaran merupakan agen pemasaran ikan kembung terbesar di desa Kelambir kecamatan Pantai Labu. Ketika pasar ini pelaksana usaha yang membeli bahan dan kembali memasarkan ke pelanggan akhir. Pangsa pasar terbesar kedua adalah pedagang pengumpul yang di miliki pangsa pasar sebesar 45,53%, sedangkan pangsa pasar terbesar ketiga ialah pedagang pengecer yang dimiliki pangsa pasar sebesar 6,36%.

2. Konsentrasi Pasar untuk Pedagang Pengumpul

Konsentrasi rasio empat lembaga terbanyak atau *Concentration Ratio For Biggest Four* (CR4) menjelaskan bahwa terdapat perwakilan dari empat lembaga pemasaran ikan kembung pengumpul terbesar di desa Kelambir, kecamatan Pantai Labu, menggunakan rumus CR4 untuk melihat persentase dari total penjualan empat kolektor teratas. Jumlah penjualan pedagang dalam penelitian ini apabila konsentrasi pasar memiliki nilai 40-60%, maka pasar tersebut dikatakan pasar Oligopsoni longgar, meskipun jika konsentrasi pasar memiliki nilai 60-100%, maka diklasifikasikan menjadi pasar Oligopsoni ketat, pengertian ini berbanding dengan pernyataan Jaya (2001) dimana pasar oligopsoni dapat dibagi menjadi dua ialah pasar oligopsoni lapang serta pasar oligopsoni ketat.

Konsentrasi pasar dihitung dengan menggunakan *Concentration Ratio for Biggest Four* (CR4) dengan menghitung penjualan ikan kembung yang dilakukan oleh pengumpul di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu. Untuk hasil tersebut dapat dilihat pada perhitungan berikut :

$$CR4 = \frac{0,390 + 0,205 + 0,131 + 0,102}{0,996}$$

$$CR4 = \frac{0,828}{0,996}$$

$$= 83,13\%$$

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, hasil perhitungan rasio konsentrasi 4 pedagang pengumpul ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu adalah sebesar 0,8313 atau 83,13 persen yang berarti pasar tersebut merupakan pasar oligopoli ketat karena nilainya adalah lebih dari

60%. Artinya ada 4 pedagang yang memegang kendali penuh atas penjualan ikan kembung di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu.

3. Konsentrasi Pasar untuk Pedagang Pengecer

Konsentrasi rasio 4 lembaga terbanyak atau *Concentration Rasio For Biggest Four* (CR4) menguraikan bahwa terdapat cabang dari empat lembaga perdagangan ikan kembung pengecer terbesar di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu, menggunakan rumus CR4 untuk melihat persentase dari total penjualan empat kolektor teratas. Total penjualan pedagang dalam penelitian ini apabila konsentrasi pasar memiliki nilai 40-60%, maka pasar tersebut dikatakan pasar Oligopsoni longgar, sedangkan jika konsentrasi pasar memiliki nilai 60-100%, maka dikelompokkan menjadi pasar Oligopsoni ketat, pengertian ini sesuai dengan pernyataan Jaya (2001) dimana pasar oligopsoni dapat dibagi menjadi dua yaitu pasar oligopsoni longgar dan pasar oligopsoni ketat.

Konsentrasi pasar bisa diukur dengan menggunakan *Rasio Konsentrasi untuk Empat Terbesar* (CR4) dengan menghitung pemasaran ikan kembung yang dilaksanakan bagi penjual di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu. Untuk hasil tersebut dapat dilihat pada perhitungan berikut :

$$CR4 = \frac{0,134 + 0,124 + 0,093 + 0,093}{1,417}$$

$$CR4 = \frac{0,444}{1,417}$$

$$= 31,33\%$$

Menurut hasil penelitian yang telah dilaksanakan, hasil perhitungan rasio konsentrasi 4 pengecer ikan kembung di desa Kelambir kecamatan Pantai Labu adalah sebesar 0,3133 atau 31,33 persen yang berarti pasar tersebut merupakan

pasar oligopoli longgar karena memiliki nilai pasar kurang dari 50%. Artinya 4 pedagang tersebut tidak sepenuhnya menguasai penjualan ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu.

4. Hambatan Keluar Masuk Pasar untuk Pedagang Pengumpul

Ketika suatu pasar perusahaan mempunyai energi agar bisa bersikeras terhadap lawan/orang terbaru yang bakal memasuki pasar. Demikian juga kemungkinan bagi individu maupun industri yang berada diluar pasar untuk masuk ke pasar. Namun, adanya hambatan pasar dapat mempengaruhi suatu institusi yang memiliki peluang untuk memasuki pasar. Hambatan masuk pasar dapat dihitung menggunakan rumus *Minimum Efficiency Scale* (MES). *Minimum Efficiency Scale* (MES) ialah presentase tertinggi dari produksi industri relatif terhadap total produksi perusahaan. MES yang tinggi bisa membuat penghalang bagi kompetitor baru untuk memasuki pasar suatu industri. Pernyataan Comanor dan Wilson (1967) dalam Jaya (2001), MES di atas 10% merupakan hambatan yang tinggi untuk masuk ke suatu industri. Tingginya nilai MES dapat menjadi penghambat masuknya industri baru ke dalam pasar perusahaan.

Menurut data yang ditemukan di lapangan dan hasil penelitian secara keseluruhan, rata-rata MES pedagang pengumpul dapat dijelaskan dengan rumus sebagai berikut:

$$MES = \frac{\text{Penjualan ikan kembung oleh pedagang pengumpul}}{\text{Jumlah ikan kembung di Desa Kelambir}} \times 100\%$$

$$MES = \frac{72.900}{69.000} \times 100\%$$

$$MES = 1,05 \times 100\%$$

$$MES = 105$$

Berdasarkan hasil perhitungan *MES* untuk pedagang diperoleh dari 105%. Nilai *MES* lebih dari 100%, sehingga hambatan masuk pasar sangat tinggi atau ketat. Dimana jumlah ikan kembung yang dipasarkan oleh pengumpul sebanyak 72.900 kg dan jumlah ikan kembung yang diperoleh di Desa Kelambir sebanyak 69.000 kg sehingga hasil yang diperoleh 105%.

5. Hambatan Masuk Pasar untuk pedagang pengecer

Perusahaan di dalam satu pasar yang mempunyai energi untuk bertahan terhadap pesaing baru yang akan memasuki pasar. Demikian juga kemungkinan bagi individu atau perusahaan yang berada di luar pasar untuk masuk ke pasar. Namun, adanya hambatan pasar dapat mempengaruhi suatu institusi yang memiliki peluang untuk memasuki pasar. Hambatan masuk pasar dapat dihitung menggunakan rumus *Minimum Efficiency Scale (MES)*. *Minimum Efficiency Scale (MES)* ialah profit tertinggi dari produksi industri relatif terhadap total produksi industri. *MES* yang tinggi dapat menjadi penghalang bagi pesaing baru untuk mengikuti pasar suatu industri. Berdasarkan Comanor dan Wilson (1967) dalam Jaya (2001), *MES* di atas 10% merupakan hambatan yang tinggi untuk masuk ke suatu industri. Tingginya nilai *MES* dapat menjadi penghambat masuknya industri baru ke dalam industri pasar.

Berdasarkan hasil yang di peroleh di lapangan dan data temuan penelitian secara menyeluruh, nilai *MES* pedagang pengecer dapat dijelaskan dengan rumus sebagai berikut:

$$MES = \frac{\text{Penjualan ikan kembung oleh pedagang pengecer}}{\text{Jumlah ikan kembung di Desa Kelambir}} \times 100\%$$

$$MES = \frac{9.630}{69.000} \times 100\%$$

$$MES = 0,139 \times 100\%$$

$MES = 13,9$

Berdasarkan data *MES* yang diperhitungkan untuk pedagang diperoleh sebesar 13,9%. Jumlah *MES* di atas 10% sehingga, hambatan masuk pasar dikatakan tinggi. Dimana jumlah ikan kembung yang dipasarkan oleh pengecer sebanyak 9.630 kg dan jumlah ikan kembung yang diperoleh di Desa Kelambir sebanyak 69.000 kg sehingga hasil yang diperoleh 13,9%.

B. Perilaku Pasar

Perilaku pasar pemasaran ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu dianalisis secara deskriptif. Analisis perilaku pasar akan menggambarkan kondisi perilaku masing-masing pengumpul pemasaran dalam kaitannya dengan struktur pasar di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu. Bagian perilaku pasar mencakup institusi dan praktik fungsi pemasaran, saluran pemasaran, mekanisme penetapan harga, dan sistem pembayaran.

1. Sistem Penentuan Harga

Berbagai teknik digunakan untuk menentukan harga komoditas dalam transaksi individual atau digunakan untuk mencari harga keseimbangan yang terjadi di pasar. Menurut Tomek dan Robinson (1981) dan Schaffner, Schroder dan Earle (1998) menganggap ini sebagai mekanisme atau pencarian harga. Mereka membagi mekanisme menjadi beberapa kategori, seperti negosiasi individu, pasar terorganisir, harga terkendali, dan tawar-menawar kolektif atau kelompok.

Berdasarkan hasil penelitian dan fenomena yang terjadi di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai Labu, harga di tingkat nelayan dan pengecer ditentukan oleh pengumpul, karena nelayan mengandalkan pedagang pengumpul untuk memasarkan hasil tangkapannya, karena nelayan terpaksa menjual hasil

tangkapannya kepada pedagang pengumpul karena adanya hubungan kerjasama antar nelayan dan pengumpul sehingga harga ditentukan oleh pengumpul, dimana harga untuk tingkat dari nelayan ke pengumpul adalah Rp 12.000,00 sedangkan harga dari pengumpul ke pengecer Rp 24.000,00.

Sementara pengecer mengandalkan pengumpul untuk mendapatkan ikan kembung, harga eceran juga telah ditentukan oleh pengumpul sehingga ada harga yang sangat rendah bagi nelayan mengingat akan memudahkan akses di pasar dan harga di tingkat konsumen adalah Rp. 28.000,00.

Proses akan terjadinya harga yaitu pedagang pengumpul yang akan menghubungi pedagang pengecer agar mengetahui berapa harga yang akan diterima oleh pedagang pengecer. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melisa (2017) yang ditunjukkan bahwa nelayan merupakan penerima harga dalam penentuan harga.

2. Kerjasama Antar Lembaga Pemasaran

Kerjasama ini telah dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam pemasaran ikan kembung dari produsen ke konsumen. Lembaga pemasaran ini bekerjasama dengan lamanya mereka melakukan hubungan bisnis mereka dengan rasa saling percaya. Namun dalam menentukan harga selalu didasarkan pada sistem pasar atau jumlah permintaan dan penawaran. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat kerjasama antar instansi pemasaran di desa Kelambir kecamatan Pantai Labu.

Kerjasama ini terjadi mulai dari nelayan hingga ke pedagang pengecer. Penyebab adanya ikatan kerjasama yang terjadi yaitu pengumpul memberikan modal kepada nelayan seperti kapal/sampan dan sebagainya. Sedangkan kerjasama pedagang pengumpul dan pedagang pengecer yaitu adanya keterikatan

pengecer ke konsumen untuk mendapatkan produk ikan kembung. Seluruh lembaga pemasaran sudah menajalin hubungan kerjasama yang panjang dan baik. Nelayan tersebut sudah berlangganan dengan pedagang pengumpul dan pengecer. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pembiayaan dan mempermudah pemasaran dipasar.

3. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran ialah jalan suatu lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa lembaga pemasaran, yakni nelayan, peagang pengumpul, pedagang pengecer.

1. Nelayan

Nelayan sebagai produsen ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu. Pada saat melakukan penelitan, nelayan melakukan pemasaran ke pedagang pengumpul. Harga yang diterima nelayan didasarkan harga yang telah ditetapkan oleh pengumpul.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul ialah pedagang yang membeli ikan kembung langsung dari nelayan kemudian menjualkannya kembali ke pengecer.

3. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer membeli ikan kembung dari pengumpul. Ada banyak pengecer di pasar. Pedagang pengecer pada penelitian ini adalah pedagang pengecer tetap dan juga keliling. Pedagang pengecer tetap berada di Desa Kelambir dan pedagang pengecer keliling menjual ikan kembung dari desa ke desa yang berada di Kecamatan Pantai Labu.

Pedagang pengecer ikan kembung di Desa Kelambir juga menjual berbagai jenis ikan lainnya. Pedagang pengecer yang ada di Desa Kelambir mendapatkan supply ikan kembung dari pedagang pengumpul yang ada di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu, dalam penelitian ini hanya memiliki satu saluran pemasaran saja yaitu :

Nelayan → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

Kegiatan pemasaran ikan kembung disalurkan pemasaran yang ada melibatkan lembaga pemasaran. Pada saluran ini lembaga pemasaran yang berperan adalah pengumpul dan pengecer. Jumlah nelayan berdasarkan saluran pemasaran ikan kembung yang digunakan dalam pemasaran ikan kembung adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Saluran Pemasaran di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu

No	Saluran Pemasaran	Jumlah Kapal	Presentasi (%)
1	Saluran 1	19	100
	Jumlah	19	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Tabel 8 menunjukkan bahwa saluran pemasaran tersebut terdapat seluruh nelayan yang berjumlah 65 nelayan (100%) dimana nelayan langsung menjual ikan kembung kepada pedagang pengumpul di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu. Alasannya adalah karena mempermudah pemasaran dan mengurangi risiko kerusakan pada ikan serta sudah menjalankan kerjasama pada pedagang pengumpul.

C. Kinerja pasar

Kinerja pasar dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu Margin Pasar, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pasar.

1. Margin Pemasaran

Bentuk rantai pemasaran ikan kembung meliputi nelayan, pengumpul, pengecer, dan konsumen. Berikut adalah hasil analisis margin pemasaran dan bagi hasil yang diterima nelayan dalam pemasaran ikan kembung.

Berdasarkan wawancara yang mendalam terhadap responden penyebab harga ikan terlalu tinggi di tingkat konsumen dan rendahnya harga di nelayan disebabkan oleh pengumpul yang menentukan harga terhadap nelayan dan pengecer, karena fasilitas yang digunakan nelayan merupakan fasilitas yang dimiliki oleh pengumpul mulai dari sampan/kapal, es balok, piber, dan sebagainya. Sehingga harga ikan di tingkat nelayan sangat rendah berbanding harga ditingkat pengecer dan konsumen.

Tabel 9. Biaya dan margin pemasaran di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu

No	Uraian	Harga dan biaya (Rp/Kg)	Margin
1	Nelayan	Harga Jual	12.000
2	Pedagang Pengumpul	Harga Beli	12.000
		Harga Jual	24.000
		Biaya Pemasaran	115.000
		Keuntungan Bersih	
3	Pedagang Pengecer	Harga Beli	24.000
		Harga Jual	28.000
		Biaya Pemasaran	104.500
		Keuntungan Bersih	
4	Konsumen	Harga Beli	28.000

Sumber : Data Primer diolah 2022

Bedasarkan tabel 9 terlihat bahwa margin pemasaran ikan kembung yang diperoleh pengumpul adalah sebesar Rp. 12.000/kg. Kemudian pedagang pengumpul melanjutkan pemasarannya ke pengecer sehingga dapat diketahui margin pemasaran yang telah diperoleh oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 16.000/kg.

Rata-rata harga jual ikan kembung oleh pengumpul adalah Rp. 24.000/kg sedangkan di pedagang pengecer sebesar Rp. 28.000/kg, karena jumlah pedagang pengecer 17 orang sedangkan jumlah pedagang pengumpul 7 orang. Pada saluran pemasaran ini, diketahui bahwa bagian dari margin pemasaran yang dikumpulkan oleh pedagang pengumpul adalah margin pemasaran lebih besar dari pada yang dimiliki pedagang pengecer.

2. *Farmer's Share* (bagian yang diterima nelayan)

Farmer's Share adalah perumpamaan antara harga yang diperoleh produsen dengan biaya yang dibayar pelanggan.

Berdasarkan wawancara yang mendalam terhadap responden penyebab harga ikan terlalu tinggi di tingkat pelanggan dan rendahnya biaya di nelayan disebabkan oleh pengumpul yang menentukan harga terhadap nelayan dan pengecer, karena fasilitas yang digunakan nelayan merupakan fasilitas yang dimiliki oleh pengumpul mulai dari sampan/kapal, es balok, piber, dan sebagainya. Sehingga harga ikan di tingkat nelayan sangat rendah berbanding harga ditingkat pengecer dan konsumen. Berikut ini hasil perhitungan dari *farmer's share* berikut :

Berdasarkan tabel 10 terlihat bahwa sebagian yang diperoleh oleh pelaut (*Farmer's Share*) adalah 42,85%.

Tabel 10. *Farmer's Share* saluran pemasaran di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu

No	Uraian	Harga dan biaya (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i>
1	Nelayan	Harga Jual	12.000
2	Pedagang Pengumpul	Harga Beli	12.000
		Harga Jual	24.000
		Biaya Pemasaran	115.000
		Keuntungan Bersih	-
			85,71
3	Pedagang Pengecer	Harga Beli	24.000
		Harga Jual	28.000
		Biaya Pemasaran	104.500
		Keuntungan Bersih	-
			100
4	Konsumen	Harga Beli	28.000

Sumber : Data Primer 2022

3. Efisiensi Pemasaran Ikan Kembung

Menurut Soekartawi 2002, efisiensi pemasaran berkaitan dengan beban penjualan dikalikan 100 persen dari nilai produksi yang pasarkan. Jika kurang dari 50% saluran pemasaran diucapkan efisien serta bila saluran pemasaran lebih dari 50% maka saluran pemasaran dikatakan tidak efisien. Kesimpulan yang ditarik dengan memeriksa nilai efisiensi pemasaran disalurkan berikut.

Berikut kemampuan saluran pemasaran ikan kembung di Desa Kelambir, Kecamatan Pantai labu sebagai berikut :

$$EP = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai ikan yang dipasarkan}} \times 100\%$$

$$EP = \frac{115.000 + 104.500}{28.000} \times 100\%$$

$$EP = 7,83$$

Dari jumlah perhitungan berikut diperoleh maka tingkat efisiensi untuk saluran perdagangan ikan kembung di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu sudah efisien, dikarenakan hasil dari perhitungan tersebut *EP* sebesar 7,83%. Semakin kecil presentase yang diperoleh, sehingga semakin efisien pemasaran ikan kembung tersebut. Berdasarkan fenomena dilapangan saluran pemasaran yang terjadi nelayan secara langsung menjual hasil tangkap ikan kembung kepada pedagang pengumpul karena sudah terikat kerja sama antara nelayan dan pedagang pengumpul tersebut. Pemasaran hasil tangkap ikan kembung ini dilakukan secara langsung pada pedagang pengumpul.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Analisis untuk struktur pasar ikan kembung di Desa Kelambir menunjukkan tingkat konsentrasi pasar yang cukup tinggi pada tingkat pengumpul melalui nilai CR4 sebesar 83,13 persen, berbeda dengan pengecer nilai CR4 sebesar 31,33 persen. Sementara itu untuk nilai *MES* pada pengumpul yaitu sebesar 1,05 persen sehingga hambatan masuk pasar dikatakan rendah, sedangkan untuk pengecer yaitu sebesar 13,9 persen sehingga bisa dikatakan bahwa hambatan masuk pasar dikatakan tinggi. Analisis perilaku pasar untuk ikan kembung pada Desa Kelambir memiliki beberapa lembaga pemasaran yaitu nelayan, pengumpul, atau pengecer. Untuk analisis menunjukkan bahwa saluran pemasaran ikan kembung yang terdapat di desa tersebut terdapat satu saluran pemasaran yaitu Nelayan–Pengumpul–Pengecer-Konsumen, dengan total margin pada pengumpul sebesar Rp 12.000/kg, dan juga pada pengecer sebesar Rp 4.000/kg.
2. Analisis efisiensi pemasaran ikan kembung menunjukkan bahwa saluran penjualan 1 yang ada pada Desa Kelambir adalah saluran pemasaran yang efektif. Berhubung dari nilai yang diperoleh mulai perhitungan sebesar 7,83%. Jadi bisa disimpulkan bahwa saluran pemasaran ikan kembung di Desa Kelambir sudah efisien karena nilai pemasaran lebih kecil dari 50%.

Saran

1. Diharapkan nelayan ikan kembung di Desa kelambir harus memiliki sampan/kapal ikan sendiri sehingga harga ikan yang dijual bisa lebih tinggi, serta bisa menentukan harga jual terhadap pengumpul.

DAFTAR PUSTAKA

- [FAO] Food and Agricultural Organization. 2014. World milk fish production.
- Anindita, R. dan N. Baladina. 2017. Pemasaran Produk Pertanian. ANDI (Anggota IKAPI). Yogyakarta.
- Anindita, R. dan B. Nur. 2020. Pemasaran Produk Pertanian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Arthatiani, Y.F., S.L. Estu., H.S. Siti. dan K. Tikkyrino. 2020. Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Pasar Industri Tuna di Indonesia. Buku Harian Sosek kp Vol.15.
- Apituley, Y.M.T.N., Y. Lopulalan. Salakory, R.A, dan D. Bawole. 2018. Struktur Pasar, Perilaku dan Kinerja Scad (*Decapterus russeli*). Jurnal Manajemen dan Agribisnis Kota Ambon.15(3). 221-229.
- Asmarantaka, RW.2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Rosiana N, Editor. Bogor (ID): Jurusan Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB.
- Azhara, D. 2016. Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Bandeng di Jawa Barat. Tesis. Institut Pertanian Bogor.
- Bosena, D.T., F. Bekabil. G. Berhanu. H. Dirk. 2011. Struktur, Perilaku, Kinerja pasar kapas: kasus distrik Metema, Ethiopia. Jurnal Pertanian, Bioteknologi dan Ekologi 4(1);1-12 ISSN: 2006-3938.
- Baye, M. 2012. Managerial Economics and Business Strategy 7th edition. Mc Graw-Hill Company.
- Hirschey, M. 2009. Business Administration an Integrative Approach New Delhi (IN). Chengange learning.
- Carlton D.M. and J.W. Perloff. 2000. *Introduction to Industrial Organizzation*. MIT Pres.
- Dahl D.C, and J.W. Hammond. 1977. Market and price analysis of agriculture Industry sectors. Mc Graw Hill Book Company, Inc.
- Hanafiah, A.M. dan Saefudin. 1986. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Pres.
- Hidayanti, S. 2014. Struktur pasar dan posisi perdagangan Indonesia olahan tuna di pasar dunia, di Jepang dan Amerika Serikat. *AGRITECH*. 16(1); 60 –66. ISSN: 1411-1063.

- Isrofia, N. Hendrik, dan L. Bathara. 2016. Studi Bioekonomi Ikan Kembung (*Rastrelliger spp.*) di Pelabuhan Perikanan Laut Belawan, Gabion, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.
- Mawuntu, V.C. 2015. profil perikanan Tangkap dan strategi pengelolaannya.
- Puspitasari, A.F. 2013. Identifikasi dan Prevalensi Cacing Ektoparasit pada Ikan kembung (*Rastrelliger sp*) di Pelabuhan Perikanan Kepulauan Brondong, Lamongan. [Skripsi]. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Rahmadani, D.N. dan Eliza. 2016. Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Lele di Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*. 6 (1); 31-44. ISSN 2087-409.
- Soekartawi. 2003. Pembangunan Pertanian. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suryawati, S.H., S.L. Estu., K. Tikkyrino., dan Y.A. Freshty. 2019. Struktur dan Kinerja Pasar Udang Indonesia. *J. sosek Kp* Vol.14.
- Tomek, W.G. dan K.L. Robinson. 1981. *Agricultural Product Prices*. ithaca and London Cornell University Press.
- Verma, H.O. Kumar, J., Pal, J. and N. Verma. 2015. Preliminary Study On Social Economic Status of Fish Vendors and Market Performance of the Whole Fish Market in Gorakhpur District. *Int. J. Agricult. Stat. Sci.* 11 (1); pp. 161-166. ISSN: 0973-1903.
- Waldman, D.E. and E.J. Jensen. 2007. *Industrial organization. Theory and practice*. Third edition. Prentice Hall.
- Wandira, A.W., C.A. Suryono dan Suryono. Pelajaran kelas berat ikan Kembung pelagis kecil (*Rastrelliger kanagurta*) mendarat di Tambak Lorok, Semarang, Jawa Tengah. *Jurnal Penelitian Kelautan*. 7(4):293-302.
- White, W.T., P.R. Last., Dharmadi., R. Faizah., U. Chodrijah., B.I. Prisantoso., J.J. Ponogonoski., M. Puckridge and S.J.M. Blaber. 2013. Market Fish of Indonesia. Australian center for international agricultural research. Communication can be printed. Hal 438.
- Yulianie, R. 2012. Pengelolaan sumber daya ikan buntal jantan (*Rastrelliger kanagurata* Cuvier 1817) menggunakan model analisis bioekonomi di PPP Labuan, Banten. [Skripsi]. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Zainal, A. Harahap, N., L. Asmarawati. 2017. Pemasaran hasil perikanan.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Kuisisioner Penelitian

Perihal : Pengisian kuisisioner

Lampiran : Satu lembar

Kepada Yth : Bapak/Ibu Saudara/i

Di

Tempat

Dengan Hormat

Bapak/Ibu/Saudara/i yang terhormat, disini saya sebagai mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ingin melaksanakan penelitian mengenai Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger sp*) (Studi Kasus: Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu). Saya mohon ketersediaan bapak ataupun ibu saudara dan saudari, untuk mengisi kuisisioner penelitian saya ini. Partisipasi dari Bapak, Ibu, dan juga Saudara/i sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan ataupun data dalam penelitian yang saya lakukan ini. Saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan perhatiannya.

A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur (Tahun) :
4. Pekerjaan :
5. Pendidikan :
- a. SD/Sederajat

- b. SMP Sederajat
- c. SMA Sederajat
- d. D-3
- e. S-1
- f. Tidak Sekolah

6. Jumlah Anggota keluarga : Orang

7. Jumlah pendapatan (per hari) : Rp

B. Nelayan

1. Berapa lama Saudara/i bekerja sebagai nelayan ikan kembung: tahun

2. Apakah Saudara/i memiliki jenis usaha lain:

a. Ya

b. Tidak

Jika ya, Sebutkan :

3. Berapakah produksi yang dihasilkan dalam sekali melaut : (Kg)

4. Berapakah harga jual ikan kembung saudara/i : (Kg)

5. Berapakah jumlah pendapatan saudara/i dalam sekali melaut: Rp

6. Berapakah jumlah penjualan/hari/minggu/bulan untuk ikan kembung:

7. Apakah saudara menentukan harga jual :

a. Ya

b. Tidak

8. Jika ya, bagaimana Saudara/i menentukan harga jual:

9. Bagaimana sistem upah/bayar dalam menjual ikan kembung kepada

pedagang pengumpul/konsumen ikan kembung :

a. Harian

b. Mingguan

c. Bulanan

10. Dari manakah modal usaha yang anda miliki :

a. Modal sendiri

b. Pinjam Bank

Dll, sebutkan

11. Bagaimana Saudara mendapatkan informasi mengenai harga jual ikan kembang:

12. Apakah ada tenaga kerja yang saudara pekerjakan:

a. Ya

b. Tidak

13. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan: (orang)

14. Berapa upah tenaga kerja/ orang : Rp

15. Apa alasan Saudara melakukan usaha ikan kembang

a. Keuntungan yang baik

b. Pemasaran yang terjamin

c. Keturunan/Tradisi

d. Lainnya

16. Sebelum melakukan penjualan apakah saudara melakuakn penyortiran terlebih dahulu

a. Ya

b. Tidak

Jika ya, berdasarkan apa :

17. Menurut saudara/i ikan kembung ini dijual kemanakah yang lebih menguntungkan dari pelaku pemasaran dibawah ini? berikan alasannya!

- a. Pedagang/pengumpul
- b. Pedagang pengecer
- c. pasar

Alasan :

C. Lembaga Pemasaran

Pedagang Pengumpul


1. Berapa lama anda bekerja sebagai pedagang pengumpul ikan kembung
2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain :
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Selain ikan kembung apalagi yang dikumpulkan? :
4. Diperoleh dari manakah ikan kembung tersebut :
5. Berapa harga beli ikan kembung dari nelayan : Rp
6. Dengan siapa saudara melakukan penjualan ikan kembung :
7. Berapa banyak ikan kembung yang anda beli dari nelayan : Kg
8. Apa sajakah kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi ikan kembung :
9. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :
 - a. Ya
 - b. Tidak
10. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan: orang
11. Berapa upah tenaga kerja/orang : Rp

Pedagang Pengecer

1. Berapa lama saudara bekerja sebagai pedagang pengecer ikan kembung:
2. Apakah saudara memiliki jenis usaha lain :
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Diperoleh dari manakah ikan kembung tersebut:
4. Berapa harga beli ikan kembung : Rp
5. Berapa pendapatan saudara dalam satu kali pemasaran : Rp
6. Dengan siapa saudara melakukan penjualan ikan kembung :
7. Apa kendala yang dihadapi dilapangan saat transaksi ikan kembung:

8. Adakah tenaga kerja yang anda gunakan :
 - a. Ya
 - b. Tidak
9. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda gunakan:
10. Berapa upah tenaga kerja/orang : Rp

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS PERTANIAN

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://faperta.umsu.ac.id> ✉ faperta@umsu.ac.id 📱 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila membebas surat ini agar dibuktikan
 dengan foto yang bersangkutan

Nomor	: 500/II.3-AU/UMSU-04/F/2022	Medan, 17 Syawal	1443 H
Lampiran	: -	18 Mei	2022M
Hal	: Permohonan Izin Melakukan Praktik Skripsi Mahasiswa		

Kepada Yth.:
Bapak Kepala Desa Kelambir

di –
Kec. Pantai Labu

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan hormat, dalam rangka memenuhi kurikulum pendidikan tinggi di Fakultas Pertanian UMSU Medan, mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya terlebih dahulu harus melakukan praktik skripsi.


Sehubungan dengan itu kami mohon kepada Bapak untuk berkenan memberikan izin praktik skripsi dengan judul **"Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger sp*)"** yang dibimbing oleh : Prof. Dr. Ir. Mhd Buhari Sibuea, M.Si dan Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. bagi mahasiswa Fakultas Pertanian UMSU di bawah ini :


Nama : Muhammad Bakri
 NPM : 18043001566
 Semester/ Jurusan : VIII (Delapan) / Agribisnis

Selanjutnya mengenai ketentuan – ketentuan yang diperlukan akan dipenuhi oleh mahasiswa yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Demikian permohonan ini kami sampaikan atas perhatian dan persetujuan yang diberikan kami ucapkan terima kasih. Akhirnya semoga selamatlah kita semua. Amin.


Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.






Wakil Dekan III
Akbar Habib, S.P., M.P
 NIDN/0111078601

Tembusan :
 1. Yth. Wakil Rektor I UMSU di Medan
 2. Pertinggal.-



Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG
KECAMATAN PANTAI LABU
DESA KELAMBIR

12.07.32.2017
 Jl. Besar Desa Kelambir, No. 229
 Kode Pos 20553

Kelambir, 21 Juni 2022

Nomor : 141/ **212** /2022
 Lampiran : -
 Hal : *Izin Praktik Skripsi mahasiswa*

Kepada Yth,
 Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 Fakultas Pertanian
 di
 Medan

Dengan hormat.


Menindak lanjuti surat Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Medan Nomor : 500/II.3-AU/UMSU-04/F/2022, tanggal 18 Mei 2022,
 Perihal : Permohonan Izin melakukan Praktik Skripsi Mahasiswa

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, Pemerintah Desa Kelambir memberikan izin melakukan Praktik Skripsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Medan yang Bapak/Ibu pimpin atas nama :

Nama : **MUHAMMAD BAKRI**
 NPM : 18043001566
 Semester/Jurusan : VIII (Delapan) / Agribisnis
 Judul : Struktur Prilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Kembung (*Rastreliger sp*)

Untuk melakukan Praktik Skripsi Mahasiswa Sebagai bahan Penyusunan Skripsi, sesuai dengan judul tersebut di atas di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu.

Demikian surat pemberian izin ini diperbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sesuai dengan maksudnya.



PEMERINTAH DESA Kelambir
 Kecamatan Pantai Labu
DESA KELAMBIR
 KEC. PANTAI LABU
 KABUPATEN DELI SERDANG



12.07.32.2017

**PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG
KECAMATAN PANTAI LABU
DESA KELAMBIR**

Jl. Besar Desa Kelambir, No. 229

Kode Pos 20553

Kelambir, 13 Juli 2022

Nomor : 141/ 258 /2022
Lampiran : -
Hal : Hasil Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas Pertanian
di
Medan

Dengan hormat.

Menindak lanjuti surat Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Medan Nomor : 500/II.3-AU/UMSU-04/F/2022, tanggal 18 Mei 2022,

Perihal : Permohonan Izin melakukan Praktik Skripsi Mahasiswa

Terkait dengan hal tersebut di atas, Kepala Desa Kelambir dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **MUHAMMAD BAKRI**
NPM : 1804300166
Semester/Jurusan : VIII (Delapan) / Agribisnis
Judul : Struktur Perilaku dan Kinerja Pemasaran Ikan Kembang (*Rastrelliger sp*)

bahwa nama tersebut di atas benar telah selesai melaksanakan Praktik penelitian dari tanggal 19 Mei s/d 28 Juni 2022 sebagai bahan penyusunan skripsi di Desa Kelambir Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli serdang

Demikian surat ini diperbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sesuai dengan maksudnya.

Kepala Desa Kelambir
Kecamatan Pantai Labu

SAHRIAL, SE

Lampiran 4. Data Katakarakteristik Pengumpul

Statistics

		UMUR	PENDIDIKAN	PENGALAMAN	VOLUME USAHA /BULAN
N	Valid	7	7	7	7
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	1	14,3	14,3	14,3
	31-40 Tahun	3	42,9	42,9	57,1
	41-50 Tahun	2	28,6	28,6	85,7
	>50 Tahun	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	2	28,6	28,6	28,6
	SMP	1	14,3	14,3	42,9
	SMA	4	57,1	57,1	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

PENGALAMAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <10 Tahun	2	28,6	28,6	28,6
>10 Tahun	5	71,4	71,4	100,0
Total	7	100,0	100,0	

VOLUME USAHA /BULAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >1 Ton	7	100,0	100,0	100,0

Lampiran 5. Data Katakarakteristik Pengecer

Statistics

		UMUR	PENDIDIKAN	PENGALAMAN	VOLUME USAHA /BULAN
N	Valid	17	17	17	17
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	2	11,8	11,8	11,8
	31-40 Tahun	8	47,1	47,1	58,8
	41-50 Tahun	4	23,5	23,5	82,4
	>50 Tahun	3	17,6	17,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	3	17,6	17,6	17,6
	SMP	9	52,9	52,9	70,6
	SMA	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

PENGALAMAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <10 Tahun	11	64,7	64,7	64,7
>10 Tahun	6	35,3	35,3	100,0
Total	17	100,0	100,0	

VOLUME USAHA /BULAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1 Ton	15	88,2	88,2	88,2
>1 Ton	2	11,8	11,8	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Lampiran 6. Data Katakarakteristik Nelayan

Frequencies

Statistics

		Umur	Pendidikan	P2	SN
N	Valid	65	65	65	65
	Missing	0	0	0	0

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tamat	5	7,7	7,7	7,7
	SD	19	29,2	29,2	36,9
	SMP	23	35,4	35,4	72,3
	SMA	18	27,7	27,7	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Pengalaman Bekerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<10 Tahun	6	9,2	9,2	9,2
	11 - 20 Tahun	23	35,4	35,4	44,6
	21 - 30 Tahun	27	41,5	41,5	86,2
	>31 Tahun	9	13,8	13,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Status Nelayan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nelayan Penuh	58	89,2	89,2	89,2
Nelayan Sambilan	3	4,6	4,6	93,8
Nelayan/Pemilik	4	6,2	6,2	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Ukuran Sampan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25 Kaki	4	25,0	25,0	25,0
29 Kaki	1	6,3	6,3	31,3
30 Kaki	2	12,5	12,5	43,8
31 Kaki	4	25,0	25,0	68,8
32 Kaki	3	18,8	18,8	87,5
33 Kaki	2	12,5	12,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Lampiran 7. Data Responden Nelayan

No Responden	Umur	Pendidikan	Pengalaman Bekerja	Status Nelayan
1	31	SMP	11-20	Nelayan penuh
2	22	SMA	<10	Nelayan sambilan
3	35	SMA	11-20	Nelayan penuh
4	22	SMA	<10	Nelayan sambilan
5	23	SMP	<10	Nelayan sambilan
6	35	SD	11-20	Nelayan penuh
7	21	SMA	<10	Nelayan penuh
8	31	SMP	11-20	Nelayan penuh
9	27	SMA	<10	Nelayan sambilan
10	38	SMA	11-20	Nelayan penuh
11	27	SMA	<10	Nelayan sambilan
12	31	SD	11-20	Nelayan penuh
13	27	SMP	11-20	Nelayan penuh
14	35	SMP	11-20	Nelayan penuh
15	27	SMA	11-20	Nelayan penuh
16	27	SD	11-20	Nelayan penuh
17	37	SMP	11-20	Nelayan penuh
18	27	SMP	11-20	Nelayan penuh
19	43	SD	11-20	Nelayan penuh
20	35	SD	11-20	Nelayan penuh
21	28	SD	11-20	Nelayan penuh
22	29	SMA	11-20	Nelayan penuh
23	30	SMP	11-20	Nelayan penuh
24	45	SMP	21-30	Nelayan penuh
25	43	SMP	21-30	Nelayan penuh
26	41	SD	21-30	Nelayan penuh
27	45	SMP	21-30	Nelayan penuh
28	43	SMP	21-30	Nelayan penuh
29	41	SMP	21-30	Nelayan penuh
30	45	SD	21-30	Nelayan penuh
31	39	SMP	11-20	Nelayan penuh
32	41	SD	21-30	Nelayan penuh
33	37	SMP	21-30	Nelayan penuh
34	45	SD	21-30	Nelayan penuh
35	41	SD	21-30	Nelayan penuh
36	41	SMP	21-30	Nelayan penuh

37	43	SMP	11-20	Nelayan penuh
38	45	SMA	21-30	Nelayan penuh
39	43	SMP	11-20	Nelayan penuh
40	60	SD	>31	Nelayan penuh
41	43	SMP	21-30	Nelayan penuh
42	60	Tidak tamat	>31	Nelayan penuh
43	43	SMA	11-20	Nelayan penuh
44	45	SMP	21-30	Nelayan penuh
45	47	SD	21-30	Nelayan penuh
46	45	SMA	21-30	Nelayan penuh
47	47	SMP	21-30	Nelayan penuh
48	47	SMP	21-30	Nelayan penuh
49	58	SD	>31	Nelayan penuh
50	58	SD	>31	Nelayan penuh
51	45	SMA	21-30	Nelayan penuh
52	47	SMP	21-30	Nelayan penuh
53	47	SD	21-30	Nelayan penuh
54	37	SMA	11-20	Nelayan penuh
55	37	SD	11-20	Nelayan penuh
56	55	SD	>31	Nelayan penuh
57	60	Tidak tamat	>31	Nelayan penuh
58	39	SD	21-30	Nelayan penuh
59	50	Tidak tamat	>31	Nelayan penuh
60	40	SMA	21-30	Nelayan penuh
61	68	Tidak tamat	>31	Nelayan penuh
62	68	Tidak tamat	>31	Nelayan penuh
63	40	SMA	21-30	Nelayan penuh
64	40	SMA	21-30	Nelayan penuh
65	40	SMA	21-30	Nelayan penuh

Lampiran 8. Data Responden Pedagang Pengumpul

No Responden	Umur	Pendidikan	Pengalaman Bekerja	Volume Usaha/Bulan
1	27	SMA	<10	>1 Ton
2	47	SMP	>10	>1 Ton
3	43	SMA	>10	>1 Ton
4	56	SD	>10	>1 Ton
5	49	SD	>10	>1 Ton
6	37	SMA	>10	>1 Ton
7	31	SMA	<10	>1 Ton

Lampiran 9. Data Responden Pedagang Pengecer

No Responden	Umur	Pendidikan	Pengalaman Bekerja	Volume Usaha/Bulan
1	27	SMA	<10	<1 Ton
2	29	SMA	<10	<1 Ton
3	31	SMA	<10	<1 Ton
4	33	SMA	<10	<1 Ton
5	37	SMP	<10	<1 Ton
6	33	SMA	<10	<1 Ton
7	37	SMP	<10	<1 Ton
8	33	SMA	<10	<1 Ton
9	41	SMP	<10	<1 Ton
10	39	SMA	<10	<1 Ton
11	40	SMA	<10	<1 Ton
12	53	SD	>10	>1 Ton
13	58	SD	>10	>1 Ton
14	59	SD	>10	<1 Ton
15	52	SMA	>10	<1 Ton
16	47	SMA	>10	<1 Ton
17	45	SMA	>10	<1 Ton

Lampiran 10. Perhitungan Pangsa Pasar

No	Lembaga	Penjualan Kg/Bulan	Pangsa Pasar%
		Jumlah	
1	Nelayan	69.000	45,53
2	Pedagang Pengumpul	72.000	48,1
3	Pedagang Pengecer	9.630	6,36
Jumlah		151.530	100

Cara Perhitungan

$$\begin{aligned} \text{Pangsa Pasar Pemasaran} &= \frac{\text{penjualan (Kg perbulan)}}{\text{Jumlah penjualan keseluruhan}} \times 100\% \\ &= \frac{69.000}{151.530} \times 100\% \\ &= \mathbf{45,53\%} \longrightarrow \mathbf{\text{Pangsa pasar nelayan}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Pangsa Pasar Pemasaran} &= \frac{\text{penjualan (Kg perbulan)}}{\text{Jumlah penjualan keseluruhan}} \times 100\% \\ &= \frac{72.000}{151.530} \times 100\% \\ &= \mathbf{48,10\%} \longrightarrow \mathbf{\text{Pangsa pasar pedagang pengumpul}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Pangsa Pasar Pemasaran} &= \frac{\text{penjualan (Kg perbulan)}}{\text{Jumlah penjualan keseluruhan}} \times 100\% \\ &= \frac{9.630}{151.530} \times 100\% \\ &= \mathbf{6,36\%} \longrightarrow \mathbf{\text{Pangsa pasar pedagang pengecer}} \end{aligned}$$

Lampiran 11. Perhitungan CR₄ Pedagang Pengumpul

No	Nama	Kg/Bulan	Kr%	Ms%
1	Wak Incek	28.500	0,390	39,09
2	Firman	15.000	0,205	20,57
3	Wak Adlan	9.600	0,131	13,16
4	Bang Aswin	7.500	0,102	10,28
5	Wak Icik	6.300	0,086	8,64
6	Bang Ridho	3.000	0,041	4,11
7	Bang Ucok	3.000	0,041	4,11
Jumlah		72.900	0,996	100

$$CR_4 = \frac{S_1 + S_2 + S_3 + S_4}{S_n}$$

$$CR_4 = \frac{0,390 + 0,205 + 0,131 + 0,102}{0,996}$$

$$CR_4 = \frac{0,828}{0,996}$$

CR₄ = 83,13% → Konsentrasi Rasio Pedagang Pengumpul

Lampiran 12. Perhitungan CR₄ Pedagang Pengecer

No	Nama	Kg/Bulan	Kr%	Ms%
1	Wak Ileng	1.300	0,134	13,50
2	Wak Ipin	1.200	0,124	12,50
3	Kak Iyan	900	0,093	9,34
4	Bang Opi	900	0,093	9,34
5	Wak Nabin	850	0,090	8,82
6	Wak Mael	600	0,062	6,23
7	Topet	600	0,062	6,23
8	Bang Izon	500	0,051	5,19
9	Bang Ayub	450	0,046	4,67
10	Mawan	350	0,036	3,63
11	Ijal	320	0,032	3,32
12	Kiki	300	0,031	3,11
13	Ilal	300	0,031	3,11
14	Edi	300	0,031	3,11
15	Iput	300	0,031	3,11
16	Bang Iwan	260	0,27	2,7
17	Udik	200	0,20	2,07
Jumlah		9.630	1,417	100

$$CR_4 = \frac{S_1 + S_2 + S_3 + S_4}{S_n}$$

$$CR_4 = \frac{0,134 + 0,124 + 0,093 + 0,093}{1,417}$$

$$CR_4 = \frac{0,444}{1,417}$$

CR₄ = 31,33% → Konsentrasi Rasio Pedagang Pengecer

Lampiran 13. Biaya Operasional

No	Keterangan	Jumlah Penjualan	Harga
1	Nelayan		
	Harga Jual	120 Kg	Rp. 1.440.000
	Biaya Operasional		Rp. 150.000
	Jumlah		Rp. 1.590.000
2	Pedagang Pengumpul		
	Harga Beli		Rp. 1.440.000
	Transportasi		Rp. 50.000
	Biaya Tenaga Kerja		Rp. 60.000
	Plastik		Rp. 5000
	Jumlah		Rp. 115.000
	Harga Jual Pengumpul	1 Kg	Rp. 24.000
3	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	1 Kg	Rp. 24.000
	Tampah		Rp. 15.000
	Plastik		Rp. 9.500
	Harga Timbangan		Rp. 80.000
	Jumlah		Rp. 104.500
	Harga Jual Pengecer	1 Kg	Rp. 28.000

Lampiran 14. Perhitungan Margin

No	Uraian	Harga dan biaya (Rp/Kg)	Margin
1	Nelayan	Harga Jual	12.000
2	Pedagang Pengumpul	Harga Beli	12.000
		Harga Jual	24.000
		Biaya Pemasaran	115.000
		Keuntungan Bersih	
3	Pedagang Pengecer	Harga Beli	24.000
		Harga Jual	28.000
		Biaya Pemasaran	104.500
		Keuntungan Bersih	
4	Konsumen	Harga Beli	28.000

Cara perhitungan :

Margin total = harga ikan pedagang pengumpul – harga ikan kembang nelayan

Margin total = 24.000 – 12.000

Margin total = 12.000 → Margin Pedagang Pengumpul

Margin total = harga ikan pedagang pengecer – harga ikan kembang nelayan

Margin total = 28.000 – 12.000

Margin total = 16.000 → Margin Pedagang Pengecer

Lampiran 15. Perhitungan Farmer's Share

No	Uraian	Harga dan Biaya (Rp/kg)	Farmer's Share
1	Nelayan	Harga Jual	12.000
2	Pedagang Pengumpul	Harga Beli	12.000
		Harga Jual	24.000
		Biaya Pemasaran	115.000
		Keuntungan Bersih	-
3	Pedagang Pengecer	Harga Beli	24.000
		Harga Jual	28.000
		Biaya Pemasaran	104.500
		Keuntungan bersih	-
4	Konsumen	Harga Beli	28.000

Cara Perhitungan :

$$FS = \frac{\text{Harga Tingkat Nelayan}}{\text{Harga tingkat konsumen akhir}} \times 100\%$$

$$FS = \frac{12.000}{28.000} \times 100\%$$

$$FS = 42,85\%$$

$$FS = \frac{\text{Harga Tingkat Pengumpul}}{\text{Harga tingkat konsumen akhir}} \times 100\%$$

$$FS = \frac{24.000}{28.000} \times 100\%$$

$$FS = 85,71\%$$

$$FS = \frac{\text{Harga Tingkat Pengecer}}{\text{Harga tingkat konsumen akhir}} \times 100\%$$

$$FS = \frac{28.000}{28.000} \times 100\%$$

$$FS = 100\%$$

Lampiran 16. Dokumentasi







