

**SKRIPSI**

**ANALISIS PEMASARAN UDANG JERBUNG  
(*Fenneropenaeus merguensis de Man*) DI DESA KUALA  
SUGIHAN KECAMATAN MUARA SUGIHAN  
KABUPATEN BANYUASIN**

**MARKETING ANALYSIS OF JERBUNG SHRIMP  
(*Fenneropenaeus merguensis de Man*) AT KUALA  
SUGIHAN VILLAGE SUB DISTRICT MUARA  
SUGIHAN BANYUASIN REGENCY**



**Andi Ita  
05011381419130**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2020**

## SUMMARY

**ANDI ITA.** Marketing Analysis of Jerbung Shrimp (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) at Kuala Sugihan Village, Muara Sugihan Sub district, Banyuasin Regency. Marketing Analysis of Jerbung Shrimp At Kuala Sugihan Village Muara Sugihan Sub Districk Banyuasin Regency (Supervised by **RISWANI** dan **MUHAMMAD ARBY**)

The objectives of this study were (1) to analyze the marketing channels of Jerbung Shrimp (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) at Kuala Sugihan village Muara Sugihan sub district Banyuasin regency, (2) to calculate the large margins in each marketing of Jerbung Shrimp (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) at Kuala Sugihan village Muara Sugihan Sub district Banyuasin regency, (3) to calculate the efficiency of the marketing channel of Jerbung Shrimp (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) at Kuala Sugihan village at Muara Sugihan sub district Banyuasin regency. In addition, this study was carried out at Kuala Sugihan village, Muara Sugihan sub-District, Banyuasin regency on March 2019. The method used in this study was a survey method which directly interviewed the fishermen and the marketing institutions involved. Finally, the results of this study indicated that there were two marketing channels in Kuala Sugihan village, Muara Sugihan sub district, Banyuasin regency. First, marketing channels I consisted of the fishermen - Bangka collectors - Bangka wholesalers - exporters. Second, marketing channels II consisted of the fishermen – Palembang collectors - Palembang wholesalers – exporters. These marketing channels had the same marketing channels but had different Jerbung warehouses. Besides, in the marketing channel I, the biggest marketing margin was held by Bangka wholesaler amounting to Rp.155.000,- per/kg, marketing costs of Rp.3,740,- per/kg, and marketing profits of Rp.151,260,- per/kg. Whereas, in marketing channel II, the biggest marketing margin was held by Palembang wholesaler amounting to Rp.175.000,- per/kg, marketing costs of Rp.8.418,- per/kg, and marketing profit of Rp.166.582,- per/kg. Additionally, the efficiency level of marketing channel I was 24.54% and the efficiency level of marketing channel II was 38.19%. From these results, it could be concluded that the marketing channel I was efficient to be applied by marketing institutions regarding the costs incurred were different. In marketing channel I, the collectors sold to the wholesaler in Bangka with lower costs since the travel distance did not require other transportation costs. Meanwhile, in marketing channel II, the collectors sold to the wholesaler at Palembang taking a long time and other costs in shipping so that it increased costs.

Keywords: Marketing, Jerbung Shrimp, and Efficiency.

## RINGKASAN

**ANDI ITA.** Analisis Pemasaran Udang Jerbung (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin (Dibimbing oleh **RISWANI DAN MUHAMMAD ARBY**)

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisis saluran pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin (2) Menghitung besar margin di setiap lembaga pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin (3) Menghitung efisiensi saluran pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin. Penelitian dilaksanakan di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin pada Maret 2019, menggunakan metode survei dengan mewawancarai langsung nelayan dan lembaga pemasaran yang terlibat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin, saluran pemasaran I yaitu nelayan – pedagang pengumpul Bangka – pedagang besar Bangka – eksportir dan saluran pemasaran II yaitu nelayan – pedagang pengumpul Palembang – pedagang besar Palembang – eksportir, pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II saluran pemasarannya sama yang membedakan tempat penjualan udang jerbung. Margin pemasaran saluran pemasaran I margin terbesar dipegang oleh pedagang besar Bangka sebesar Rp. 155.000,- per/kg, biaya pemasaran Rp. 3.740,- per/ kg, keuntungan pemasaran Rp. 151.260,- per/kg. Sedangkan pada saluran pemasaran II, margin pemasaran terbesar dipegang oleh pedagang besar Palembang sebesar Rp. 175.000,- per/kg, biaya pemasaran sebesar Rp. 8.418,- per/kg, dan keuntungan pemasaran Rp. 166.582,- per/kg. Tingkat efisiensi pada saluran pemasaran I sebesar 24,54% dan efisiensi saluran pemasaran II sebesar 38,19% sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa saluran pemasaran I efisien untuk diterapkan oleh lembaga pemasaran. perbedaan nilai dikarenakan biaya yang dikeluarkan berbeda, pada saluran pemasaran I pedagang pengumpul menjual pada pedagang besar di Bangka yang jarak tempuh perjalanannya tidak memerlukan biaya transportasi lainnya dan pada saluran pemasaran II Pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar di Palembang dimana memakan waktunya yang cukup lama dan biaya- biaya lainnya dalam pengiriman sehingga meningkatkan biaya pengeluaran.

Kata Kunci : Pemasaran, Udang Jerbung, dan Efisiensi.

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS PEMASARAN UDANG JERBUNG (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) DI DESA KUALA SUGIHAN KECAMATAN MUARA SUGIHAN KABUPATEN BANYUASIN**

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya**



**Andi Ita  
05011381419130**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PEMASARAN UDANG JERBUNG (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) DI DESA KUALA SUGIHAN  
KECAMATAN MUARA SUGIHAN KABUPATEN  
BANYUASIN

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

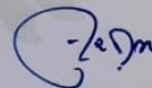
Andi Ita  
05011381419130

Pembimbing I



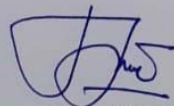
Dr. Riswani, S.P., M.Si.  
NIP 197006171995122001

Indralaya, Januari 2020  
Pembimbing II



Muhammad Arby, S.P., M.Sc.  
NIP 197711022005011001


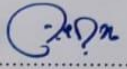
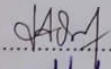
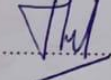
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Pertanian



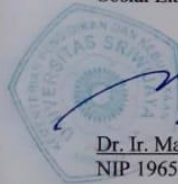
Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.  
NIP 196012021986031003

Skripsi dengan Judul "Analisis Pemasaran Udang Jerbung (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin." oleh Andi Ita telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 13 Januari 2020 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

#### Komisi Penguji

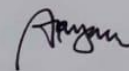
- |   |            |  |
|---|------------|--|
| 1. Dr. Riswani, S.P., M.Si.<br>NIP 197006171995122001       | Ketua      | (  )  |
| 2. Muhammad Arby, S.P., M.Sc.<br>NIP 197711022005011001     | Sekretaris | (  )  |
| 3. Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.<br>NIP 197412262001122001 | Anggota    | (  )  |
| 4. Prof. Dr.Ir. Sriati, M.S.<br>NIP 195907281984122001      | Anggota    | (  ) |

Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Ir. Maryadi, M.Si.  
NIP 196501021992031001

Indralaya, Januari 2020  
Koordinator Program Studi  
Agribisnis



Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si.  
NIP 198112222003122001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Ita

Nim : 05011381419130

Judul : Analisis Pemasaran Udang Jerbung (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dan tekanan dari pihak manapun.



Indralaya, Januari 2020



[ANDI ITA]

## RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap Andi Ita lahir di Muba 17 Juli 1994 , Anak ke 3 dari 5 bersaudara pasangan dari ayah Lukman Hakim dan ibu Andi Jumesah. Bertempat tinggal di Jalan anggrek II Blok A6 No 6 Perumahan Top RSS, Palembang.

Pendidikan Sekolah Dasar Negeri Primer 9 Banyuasin II diselesaikan pada tahun 2008, Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Banyuasin II diselesaikan pada tahun 2011 dan Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Banyuasin II di selesaikan pada tahun 2014. Pada saat ini penulis tercatat sebagai salah satu mahasiswi Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya Palembang, sejak Agustus 2014. Penulis masuk di Universitas Sriwijaya lewat jalur Ujian Seleksi Mandiri (USM).

Penulis melaksanakan Praktik Lapangan pada tahun 2017 dengan judul “Tingkat Pertumbuhan Tanaman Okra Hijau (*Abelmoschus esculentus*) dengan Perbandingan Penggunaan Mulsa Plastik di Lahan Praktik Klinik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya”. Pelaksanaan Magang di Bank Sumsel Babel Jakabaring pada tahun 2017 dengan judul “ Fungsi dan Peranan Sistem Bagian Pengadaan Divisi Umum di Bank Sumsel Babel Jakabaring”.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah S.W.T yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga laporan kerja magang ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Tak lupa pula salawat beserta salam selalu tercurah bagi Rasulullah S.A.W beserta keluarga dan sahabat sahabatnya. Proposal skripsi ini berjudul :“ Saluran pemasaran Udang Jerbung (*Fenneropenaeus merguensis de Man*) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin” . Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Agribisnis pada Fakultas Pertanian.Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terimah kasih kepada :

1. Kedua orangtuaku bapak Lukam Hakim dan Ibu Andi Jumesah serta saudara saya Andi Diana Sari Am.Keb, Andi Hendra Saputera, Andi Indah Sari Am.keb dan Andi Fitri Yani atas support dan bantuanya.
2. Dosen pembimbing ibu Dr. Riswani, S.P., M.Si selaku dosen dosen pembimbing I dan bapak Muhammad Arby, S.P., M.Sc selaku dosen pembimbing akademik dan selaku pembimbing II atas konsultasi yang berupa bimbingan, saran, serta nasihat yang diberikan.
3. Bapak Ir Yulian Junaidi, M.Si, bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si, PH. D , ibu Prof . Dr. Ir. Sriati, M.Si, ibu Dr. Dessy Adriani, S.P, M.Si sebagai penelaah dan penguji selama pembuatan skripsi sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Seluruh dosen fakultas pertanian, khususnya dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian atas ilmu yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi, serta seluruh karyawan dan staf atas bantuan administrasi dan lainnya.
5. Sahabatku Lidia Noviana, Ayu Paramitha Rahmat, Atikah Juliyanti Putri, Via Santriyani, Wahyu Khusnul Khotimah, Triati dan Desi Nopita Sari.
6. Teman- teman angkatan 2014 yang selalu memberikan masukan dan mendukung mengerjakan skripsi ini.

Selain itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan positif terhadap penelitian ini karena dalam penulisannya penulis menyadari masih banyak terdapat ketidaksempurnaan. Akhirnya, dengan mengharap ridho dari Allah SWT, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumus Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	6
BAB 2. KERANGKA PENELITIAN.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1. Udang Jerbung .....	7
2.1.2. Konsepsi Pemasaran.....	8
2.1.3. Konsep Prilaku Pemasaran.....	11
2.1.4. Konsep Struktur Pasar.....	12
2.1.4.1.Persaingan Sempurna.....	12
2.1.4.2. Persaingan Monopolistik.....	13
2.1.4.3. Monopoli Sempurna.....	13
2.1.4.4. Oligopoli.....	13
2.1.4.5.Monopsoni .....	13
2.1.5. Konsep Margin, Biaya dan Keuntungan.....	14
2.1.6. Konsep <i>Fisherman's Share</i> .....	17
2.1.7.Konsepsi Saluran Pemasaran.....	18
2.1.8.Konsepsi Efisiensi Pemasaran .....	20
2.2. Model Pendekatan .....	21
2.3. Hipotesis .....	22
2.4. Batasan Operasional .....	23

BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	25
3.1. Tempat dan Waktu Pelaksanaan .....	25
3.2. Metode Penelitian .....	25
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	25
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	27
3.5. Metode Pengolahan Data .....	27
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1. Keadaan Umum Daerah .....	30
4.1.1 Letak dan Batasan Wilayah.....	30
4.1.2 Kedaan Geografis dan Topografi .....	30
4.1.3 Pemerintahan Desa .....	31
4.1.4 Demografi .....	31
4.1.5. Keadaan Penduduk.....	31
4.1.5.1 Jumlah dan Komposisi Penduduk .....	31
4.1.5.2 Mata Pecaharian Penduduk .....	32
4.1.6 Sarana dan Prasarana.....	32
4.1.6.1 Perhubungan dan Komunikasi .....	32
4.1.6.2 Fasilitas Umum Desa .....	33
4.2. Indentitas Nelayan di Desa Kuala Sugihan .....	33
4.2.1 Umur Nelayan .....	33
4.2.2 Tingkat Pendidikan .....	34
4.2.3 Pengalaman Nelayan.....	35
4.3. Karakteristik Pedagang Pengumpul .....	36
4.4. Karakteristik Pedagang Besar .....	37
4.5. Perilaku Pemasaran Udang jerbung .....	37
4.6. Struktur Pasar .....	39
4.6.1 Struktur Pasar di Tingkat Nelayan .....	39
4.6.2 Struktur Pasar di Tingkat Pedagang Pengumpul.....	40
4.6.3 Struktur Pasar di Tingkat Pedagang Besar .....	40
4.7. Saluran Pemasaran Udang Jerbung .....	40
4.7.1. Saluran Pemasaran Udang Jerbung di Desa Kuala Sugihan .....	40
4.7.2. Saluran Pemasaran Udang Jerbung Yang Terbentuk di Desa Kuala Sugihan.....	42

4.7.3. Saluran Pemasaran I .....	43
4.7.4. Saluran Pemasaran II .....	45
4.8. Margin Pemasaran Udang Jerbung di Desa Kuala Sugihan. ....	47
4.9. Biaya Pemasaran Udang Jerbung di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin .....	48
4.10. Keuntungan Pemasaran Udang Jerbung di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin .....	50
4.11. <i>Fisherman's Share</i> dan <i>Trader's Share</i> .....	51
4.12. Efisiensi Lembaga Pemasaran .....	52
BAB.5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1. Kesimpulan .....	54
5.2. Saran .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	56
LAMPIRAN.....	58

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Hasil Perikanan Indonesia 2010- 2014 .....	1
Tabel 2. Prasarana TransportasiSentra Produksi Pertanian .....	4
Tabel 3. Mata Pencarian Pokok Masyarakat Desa Kuala Sugihan .....	5
Tabel 4. Struktur Pasar .....	12
Tabel 5. Sampel Nelayan .....	25
Tabel 6. Jumlah Sampel Lembaga Pemasaran.....	25
Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan di Desa Kuala Sugihan .....	32
Tabel 8. Indentitas Nelayan Contoh Berdasarkan Umur di Desa Kuala..... Sugihan.....	34
Tabel 9. Indentitas Nelayan Contoh Berdasarkan Pendidikan di Desa Kuala Sugihan.....	35
Tabel 10. Indentitas Nelayan Contoh Berdasarkan Pengalaman di Desa Kuala Sugihan.....	36
Table 11. Indentitas Pedagang Pengumpul Udang Jerbung di Desa Kuala Sugihan.....	36
Tabel 12. Tingkat Pasar, Jumlah Penjual, Jumlah Pembeli, Sifat produk Dan Hambatan Keluar Masuk .....	38
Tabel 13. Margin Pemasaran Saluran I .....	47
Tabel 14. Margin Pemasaran Saluran II .....	48
Tabel 15. Biaya Produksi dan Pemasaran di Desa Kuala Sugihan Saluran I .....	49
Tabel 16. Biaya Produksi dan Pemasaran di Desa Kuala Sugihan Saluran II .....	49
Tabel 17. Keuntungan Pemasaran Saluran I .....	50
Tabel 18. Keuntungan Pemasaran Saluran II .....	50
Tabel 19. Fisherman's Share dan Trade Share Pada Saluran Pemasaran II Dan Saluran Pemasaran II.....	51
Tabel 20. Efisiensi Lembaga Pemasaran di Setiap Tingkat Lembaga Saluaran Pemasaran I dan Saluran Pemasaran II di Desa Kuala Sugihan.....	52

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Pendekatan .....	21
Gambar 2. Saluran Pemasaran di Desa Kuala Sugihan.....	42
Gambar 3. Saluran Pemasaran I .....	43
Gambar 4. Saluran Pemasaran II .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Desa Kuala Sugihan.....	58
Lampiran 2. Indentitas Nelayan di Desa Kuala Sugihan.....	59
Lampiran 3. Indentitas Pedagang Pengumpul di Desa Kuala Sugihan .....	61
Lampiran 4. Indentitas Pedagang Besar di Desa Kuala Sugihan.....	62
Lampiran 5. Penerimaan Nelayan di Desa Kuala Sugihan .....	63
Lampiran 6. Komponen Biaya Pemasaran di Tingkat Pedagang Pengumpul Bangka .....	64
Lampiran 7. Komponen Biaya Pemasaran di Tingkat Pedagang Pengumpul Palembang .....	66
Lampiran 8. Komponen Biaya Pemasaran di Tingkat Pedagang Besar Bangka.....	67
Lampiran 9. Komponen Biaya Pemasaran di Tingkat Pedagang Besa, Palembang .....	68
Lampiran 10. Volume Penjualan dan Pembelian di Tingkat Lembaga Pemasaran .....	69
Lampiran 11. Perhitungan Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I Dan Saluran Pemasaran II .....	70
Lampiran 12. Perhitungan Keuntungan Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I dan Saluran Pemasaran I .....	72
Lampiran 13. <i>Fisherman's Share</i> dan <i>Trade's Share</i> .....	74
Lampiran 14. Perhitungan Efesiensi Saluran Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I dan Saluran Pemasaran II di Desa Kuala Sugihan,.....	76



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dengan dukungan kondisi alamnya, menempatkan sektor perikanan sebagai salah satu sektor perekonomian nasional disamping sektor lainnya. Hal ini didukung dengan luas laut dan perairan yang mencapai 2/3 wilayah Indonesia, yakni sebesar 5,8 juta km<sup>2</sup> dan panjang pantai sekitar 97 ribu km, tentu hal ini menggambarkan potensi sektor kelautan yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan (Mentri Kelautan dalam Guslan, 2016).

Sektor perikanan memiliki peluang yang cukup baik untuk dikembangkan hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1. dimana hasil produksi perikanan tangkap laut setiap tahunnya mengalami peningkatan. Berdasarkan data FOA (2012), Indonesia menempati peringkat ke 2 untuk produksi perikanan tangkap dan peringkat ke 4 untuk produksi perikanan budidaya di dunia (Kementrian PPN dalam Guslan, 2014).

Tabel 1.1 Hasil Perikanan Indonesia 2010 – 2014

Rincian (Ton)	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Perikanan Tangkap</b>					
Perikanan laut	5039	5346	5436	5707	6038
Perikanan umum	345	369	394	398	447
<b>Perikanan Budidaya</b>					
Budidaya laut	3515	4606	5770	8379	9035
Tambak	1416	1603	1757	2345	2422
Kolam	820	1127	1434	1774	1947
Keramba	121	131	178	200	220
Jaring Apung	310	375	455	505	500
Jaring Tancap	-	-	-	-	-
Sawah	97	86	82	97	143

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2015

Salah satu potensi perikanan yang terdapat di Indonesia adalah jenis komoditi udang yang mempunyai nilai ekonomis penting dan merupakan primadona produk ekspor. Udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis* de Man) sebelumnya memiliki nama ilmiah *Penaeus merguensis* de Man, merupakan udang komersial

yang mempunyai nilai ekonomis tinggi. Secara lokal udang tersebut banyak disajikan di restoran *sea food* dengan harga cukup tinggi. Dalam dunia perdagangan udang jerbung mempunyai banyak nama dagang misalnya di Hongkong dinamakan *white prawn*, di Australia *banana prawn* atau *white shrimp*, di Malaysia udang kaki merah, dan di Indonesia dikenal dengan nama udang menjangan, udang perempuan, udang popet, udang kelong, udang peci, udang pate, udang cucuk, udang pelak, udang kebo, udang angin, udang haku, udang wangkang, udang pesayan, udang besar, udang manis, udang kertas dan udang tajam (Martosubroto dalam Kusri, 2011).

Udang jerbung dipilih sebagai udang konsumsi, dimana udang yang dipasarkan terdiri dari udang segar dan udang beku. Hasil perikanan yang melimpah akan mengalami kerugian apabila tanpa ada proses pemasaran yang cepat dan tepat. Arus pemasaran udang jerbung dari produsen ke konsumen melalui berbagai lembaga pemasaran sangat beragam. Banyak dan sedikitnya lembaga-lembaga pemasaran yang dilalui akan sangat berpengaruh terhadap *share* harga yang diterima produsen maupun harus dibayar konsumen. Penangkapan sumberdaya kelautan yang masih dilakukan secara langsung dari alam membuat kelangkaan pada komoditas udang di musim tertentu.

Peningkatan produksi perikanan harus diimbangi dengan adanya pemasaran yang efisien mengingat sifat dari hasil perikanan yang mudah rusak (*perishable*), maka diperlukan penanganan khusus dalam proses pemasaran guna mempertahankan mutu, seperti penyimpanan dalam alat pendingin dan pengangkutan. Selain itu, jumlah dan mutu hasil perikanan dari tahun ke tahun selalu berubah yang menyebabkan fluktuasi harga.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah perusahaan perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan. Produksi yang baik akan sia-sia karena harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien. Secara umum, pemasaran dapat diartikan sebagai segala kegiatan yang dilakukan oleh berbagai perantara dengan berbagai macam cara untuk menyampaikan hasil produksi dari produsen ke konsumen akhir.

Pemasaran produk perikanan di Indonesia biasanya tidak dilakukan oleh satu tangan saja tetapi dilaksanakan oleh beberapa perantara, baik besar maupun kecil, sehingga membentuk mata rantai yang panjang. Mata rantai yang panjang akan mengakibatkan biaya pemasaran menjadi tinggi karena tiap perantara ingin mendapatkan keuntungan untuk menutup biaya yang telah dikeluarkan. Besarnya keuntungan pemasaran dan biaya pemasaran di tingkat perantara merupakan komponen dalam pembentukan harga akhir (harga eceran) di tingkat konsumen. Hal ini dapat berpengaruh pada harga tingkat produsen, bahkan dapat menekan harga di tingkat produsen karena daya beli sebagai konsumen masih terbatas.

Nelayan sebagai produsen lebih sering berada pada posisi sebagai penerima harga karena tidak mempunyai *bargaining position* yang cukup kuat dibandingkan dengan pedagang perantara. Hal ini dikarenakan sifat produk perikanan yang mudah rusak, volume produksi yang tergantung pada musim, daerah produksi yang terpencar dan jauh dari pasar pusat, kurangnya informasi pasar dan kurang memadainya sarana pemasaran (Eddiwan dalam Dewayanti, 2003).

Menurut Mubyarto dalam Dewayanti (2003), efisiensi sistem pemasaran hasil pertanian, termasuk hasil perikanan, masih rendah sehingga kemungkinan untuk ditingkatkan masih besar. Sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan analisis untuk mengetahui bagaimana pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis* de Man) dari produsen sampai konsumen akhir.

Kabupaten Banyuasin merupakan kabupaten yang memiliki wilayah perairan yang luas di Sumatera Selatan. Karena luasnya daerah perairan, sehingga banyak penduduk yang bekerja sebagai petani dan nelayan. Nelayan biasa di jumpai di daerah yang berdekatan dengan laut. Kecamatan Muara Sugihan merupakan salah satu bagian Kabupaten Banyuasin yang berdekatan dengan Pulau Bangka dimana masyarakat menggantungkan hidup dari hasil laut. Terdapat dua desa yang memiliki prasarana transportasi melalui air yaitu Desa Juru Taro dan Kuala Sugihan. Berikut merupakan data prasarana transportasi sentra produksi pertanian di Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Prasarana Transportasi Sentra Produksi Pertanian

No	Desa / Kelurahan	Prasarana Transportasi Sentra Produksi Pertanian
1	Daya Murni	Tanah
2	Daya Bangun Harjo	Tanah
3	Sumber Mulyo	Tanah
4	Margo Mulyo 16	Tanah
5	Sugih Waras	Tanah
6	Indrapura	Tanah
7	Cendana	Tanah
8	Argo Mulyo	Diperkeras(Kerikil, batu, dll)
9	Rejosari	Tanah
10	Tirto Harjo	Tanah
11	Daya Kusuma	Tanah
12	Margo Rukun	Tanah
13	Ganesha Mukti	Tanah
14	Gilirang	Tanah
15	Tirta Mulyo	Tanah
16	Beringin Agung	Tanah
17	Jalur Mulya	Tanah
18	Timbul jaya	Tanah
19	Juru Taro	Air
20	Kuala Sugihan	Air
21	Sido Makmur	Tanah
22	Mekar Jaya	Tanah

Sumber : BPS Kecamatan Muara Sugihan Dalam Angka, 2018

Berdasarkan data diatas, Desa Kuala Sugihan masih menggunakan transportasi air untuk menunjang perekonomian dan dimana semua aktivitas dilakukan diatas permukaan air. Dikarenakan wilayah yang tidak memiliki lahan untuk bercocok tanam, sehingga masyarakat hanya bisa mengandalkan laut sebagai sumber mata pencaharian pokok mereka. Warga Desa Kuala Sugihan sebagian besar bekerja sebagai nelayan. Selain berprofesi sebagai nelayan, masyarakat Kuala Sugihan juga bekerja sebagai pedagang, industri kecil, buruh, tenaga pendidik dan lain sebagainya. Di Desa Kuala Sugihan terdapat dua musim yaitu musim timur dan musim barat. Musim timur adalah musim ketika hasil tangkapan laut melimpah dan musim barat adalah musim dimana hasil laut sangat kurang. Ketika musim barat kebanyakan nelayan di Desa Kuala Sugihan akan beralih profesi sebagai buruh tani ke desa lain atau merantau keluar desa untuk mencari penghasilan tambahan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Demikian adalah data mata pencaharian pokok masyarakat desa Kuala Sugihan pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3 Mata Pencarian Pokok Masyarakat Desa Kuala Sugihan

<b>Jenis pekerjaan</b>	<b>Jumlah Kepala Keluarga</b>
Nelayan	200
Petani	50
PNS	1
Pengerajin Industri	28
Pedagang keliling	7
Tenaga Pendidik	19
Tenaga Kesehatan	1
Buruh	45
<b>Total</b>	<b>350</b>

Sumber : Data Desa Kuala Sugihan, 2018

Menurut data Desa Kuala Sugihan dimana nelayan mendominasi sebagai mata pencarian utama masyarakat Desa Kuala Sugihan. Hasil tangkapan nelayan beragam mulai dari ikan ,cumi-cumi, sotong hingga udang. Dari sekian banyak tangkapan laut, udang merupakan hasil tangkapan yang paling banyak di peroleh dan paling mahal dibanding hasil tangkapan laut lainnya. Harga udang di nelayan hingga saat ini berkisar di angka Rp. 50.000,- per kilogram sedangkan harga udang yang biasa konsumen jumpai berkisar di angka Rp. 100.000,- per kilogram Berdasarkan hal tersebut sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan “Analisis Pemasaran Udang Jerbung (*Fenneropenaeus merguensis* de Man) Di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin“.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana saluran pemasaran yang terbentuk pada kegiatan pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis* de Man) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin
2. Berapa besar margin di setiap lembaga pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis* de Man) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin

3. Bagaimana efisiensi pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis* de Man) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis saluran pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis* de Man) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin.
2. Menghitung besaran margin di setiap lembaga pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis* de Man) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin.
3. Menghitung efisiensi pemasaran udang jerbung (*Fenneropenaeus merguensis* de Man) di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin.

Adapun kegunaan dalam penelitian ini diharapkan sebagai berikut :

1. Penelitian diharapkan dapat berguna bagi pemerintahan dan masyarakat sebagai upaya untuk memperhatikan harga udang jerbung dan meningkatkan taraf kehidupan nelayan.
2. Bagi pembaca agar dapat menjadi bahan kepustakaan untuk penelitian selanjutnya terkait pemasaran udang jerbung di Desa Kuala Sugihan Kecamatan Muara Sugihan Kabupaten Banyuasin

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, Riza. 2015. *Analisis Saluran Dan Tingkat Efesiensi Pemasaran Beras Semi Organik Didesa Sumber Suko Kecamatan Belitang Kabupaten Oku Timur*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya
- Badan Pusat Statistik. *Kecamatan Muara Sugihan Dalam Angka 2018*. BPS. Kecamatan Muara Sugihan.
- Bangun, Ahmad. 2010. *Analisis Efesiensi Pemasaran Udang windu (Penaeus Monodon)*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Basri, Hasan. 2014. *Analisis Rantai Pemasaran Dan Besar Margin Pemasaran Ikan Asin pada Setiap Pelaku Pemasaran Di Desa Padang Rubek Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya*. Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar. Aceh Barat.
- Dahl, C.D. Hammond, J.W., 1977. *Market Place Analysis The Agryculture Industry*, MC. Graw- Hill Book Company. New York
- Daniel. 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Desvi, Mikhen. 2014. *Analisis Efesiensi Pemasaran Hasil Perikanan Tangkap Di Pangkalan Pendaratan Ikan Muara Angke, DKI Jakarta*. Intitut Pertanian Bogor. Bogor
- Dewayanti, N. C., 2003. *Analisis Pemasaran Ikan Laut Segar Dikabupaten Cilacap*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Domiah, Ani. 2016. *Analisis Saluran Dan Efesiensi Pemasaran Industri Perikanan Tangkap Tuna Skala Kecil Di Kota Bitung*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Jember
- Guslan A. 2016. *Analisis Strategi Saluran Pemasaran Usaha Budidaya Udang Windu Di Desa Pegat Batumbuk Kecamatan Pulau Derawan Kabupaten Berau*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 4 (4) : 975-989.
- Kusrini E. 2011. *Menggali Sumberdaya Udang Jerbung (Fenneropenaeus merguensis de Man) Sebagai Kandidat Udang Budidaya di Indonesia*. Balai Riset Budidaya Ikan Hias : Depok. *Media Akuakultur* 6(1) : 49 – 53.
- Kotler dan Armstrong. 2002. *Dasar-dasar pemasaran. Jilid 1. Ahli Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta LP3ES.
- Khols LR dan Uhl NJ. 1985. *Marketing of Agriculture Product*. The Macmillan Company. New York

- Mi'raj, Deriansyah. 2017. *Analisis Pemasaran Buah Segar Dan Dodol Pepaya Californian (Carica Papaya) Dikelurahan Talang Jambe Kecamatan Sukarame Kota Palembang*. Skripsi. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Mizwar, B M. 2012. *Kajian Bioekologi Udang Putih (Penaeus marguiesis de man)*. Skripsi. Institut Teknologi Bogor. Bogor
- Mursid. 2003. *Manajemen Pemasaran*. PT.Bumi Aksara. Jakarta
- Nuriati, Ni Kade. 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkap di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem*. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Vol 10 no : 2, 2017.
- Noviana, Lidia. 2018. *Perilaku Pemasaran Beras Dikecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin*. Skripsi. Universitas Sriwijaya. Indralaya
- Pamungkas, S.B., 2013. *Analisis Rantai Distribusi Komoditas Ikan Tangkap Perikanan Laut Dikota Tegal*. Universitas Negri Semarang. Semarang
- Setiorini, Fajarwulan. 2008. *Analisis Efisiensi Pemasaran ikan Mas Dikecamatan Pagelaran Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Sitorus dan Limbong. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian . Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi*. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Soekartawi. 1995. *Manajemen pemasaran dalam bisnis modern*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta
- Sudiyono, A.2001. *Pemasaran Pertanian*. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang. Malang
- Syohfitra, M. 2007. *Analisis pemasaran duku dari desa kecamatan rusuan kecamatan madang suku kabupaten ogan kmering ulu timur*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya