

**ANALISIS PEMASARAN IKAN NILA (*Oreochromis niloticus*)  
DI DESA TITIAN MODANG KECAMATAN KUANTAN TENGAH  
KABUPATEN KUANTAN SINGINGI**

**Junia Sisva<sup>1</sup>, Chezy WM Vermila<sup>2</sup> dan Eldipama Kesambamula<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UNIKS

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UNIKS

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Fungsi-fungsi pemasaran, 2) tingkat margin pemasaran, 3) *share* petani dan 4) efisiensi pemasaran ikan nila di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran I besarnya total biaya pemasaran sebesar Rp.3.970,51/kg, margin pemasarannya sebesar Rp.9.000,00/kg, *share* petani sebesar 70,00% dan efisiensi pemasarannya adalah 13,24%. Pada saluran pemasaran II besarnya total biaya pemasaran sebesar Rp.3.249,58/kg, margin pemasarannya sebesar Rp.5.000,00/kg, *share* petani sebesar 82,14% dan efisiensi pemasarannya adalah 11,61%. Sedangkan disaluran pemasaran III besarnya total biaya pemasaran sebesar Rp.107,14 /kg, margin pemasarannya sebesar Rp.0/kg, *share* petani sebesar 100% dan efisiensi pemasarannya adalah 0,43%. Maka, saluran pemasaran III ikan nila lebih efisiensi dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan II dalam artian untuk memperoleh penerimaan 100% dibutuhkan biaya sebesar 0,43%. Nilai margin pemasaran pada berbagai saluran tersebut berbeda disebabkan adanya perbedaan panjang pendek rantai pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat.

**Kata kunci** : *Ikan Nila, Pemasaran dan Efisiensi.*

**MARKETING ANALYSIS OF TILAPIA (*OREOCHROMIS NILOTICUS*)  
IN TITIAN MODANG VILLAGE, CENTRAL KUANTAN DISTRICT  
KUANTAN SINGINGI DISTRICT**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine: 1) marketing functions, 2) marketing margin level, 3) farmer share and 4) tilapia marketing efficiency in Titian Modang Village, Kuantan Tengah District, Kuantan Singingi Regency. The analytical method used is descriptive method and quantitative method. The results showed that the marketing channel I total marketing cost was Rp.3.970.51/kg, the marketing margin was Rp.9.000,00/kg, the farmer's share was 70.00% and the marketing efficiency was 13.24%. In the second marketing channel, the total marketing cost is Rp. 3,249.58/kg, the marketing margin is Rp. 5,000.00/kg, the farmer's share is 82.14% and the marketing efficiency is 11.61%. Meanwhile, in the third marketing channel, the total marketing cost is Rp.107,14/kg, the marketing margin is Rp.0/kg, the farmer's share is 100% and the marketing efficiency is 0,43%. Thus, marketing channel III for tilapia is more efficient than marketing channel I and II, in the sense that to obtain 100% revenue, a cost of 0,43% is required. The value of marketing margins in these various channels is different due to differences in the length of the marketing chain and the activities that have been carried out as well as the benefits received by the marketing agencies involved.*

**Keywords:** *Tilapia, Marketing and Efficiency.*

**PENDAHULUAN**

Peran subsektor perikanan dalam pembangunan nasional terutama adalah menyediakan sumber pangan dan gizi bagi seluruh rakyat Indonesia terutama dalam pemenuhan protein hewani, meningkatkan devisa melalui peningkatan ekspor hasil

perikanan, menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani, serta menunjang pembangunan daerah (Anonim, 2014).

Kabupaten Kuantan Singingi merupakan daerah yang memiliki sumber daya perikanan yang cukup besar dan beragam. Berdasarkan

data dari Dinas Perikanan dan ketahanan pangan Kabupaten Kuantan Singingi maka dapat diketahui produksi ikan nila tahun 2013-2018 yang berjumlah 103,64 ton. Produksi ikan nila di Kabupaten Kuantan Singingi selalu berfluktuasi. Produksi tertinggi yaitu pada tahun 2013 sebesar 26,19 ton, tahun 2017 sebesar 17,64 ton, dan tahun 2018 sebesar 16,88 ton. (Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Kuantan Singingi, 2019).

Pemasaran ikan nila di Desa Titian Modang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen di sekitar lingkungannya, tetapi juga dipasarkan ke beberapa tempat yang masih di dalam daerah, untuk menjangkau pasar yang lebih luas tersebut produsen tidak mampu apabila hanya mengandalkan penjualan langsung kepada konsumen. Maka dari itu, dalam pemasaran ikan nila di Desa Titian Modang melibatkan lembaga pemasaran agar dapat menyalurkan produk dengan tepat dan cepat.

Tingginya biaya yang dikeluarkan itu disebabkan oleh berbagai faktor yang berpengaruh dalam proses pemasaran yang ada di Desa Titian Modang antara lain jarak yang ditempuh pedagang sehingga adanya biaya transportasi, selanjutnya biaya

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja atau *purposive* dengan pertimbangan bahwa Desa Titian Modang terdapat pembudidayaan ikan nila.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan selama enam bulan dan dimulai dari bulan Mei 2021 sampai bulan September 2021 yang terdiri dari tahap pembuatan proposal, pengumpulan data, analisis data, penulisan laporan akhir dan ujian komprehensif.

### **Metode Penentuan Sampel**

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel pada pedagang yaitu dengan metode *snowball sampling*, Jumlah populasi petani ikan nila di Desa Titian Modang sebanyak 32 orang petani dan ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 16 orang petani yang dipilih secara *purposive*.

Pedagang pengumpul yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 2 orang yang membeli ikan nila, 2 orang pedagang

pengemasan, ikan yang rentan rusak atau mati saat membawa ke lokasi pemasaran, biaya pasar dan lain-lain. Harga jual yang meningkat akan memperbesar perbedaan harga yang diterima petani dan harga yang dibayarkan oleh konsumen. *Share* Petani yang diterima oleh petani sebagai produsen produk akan semakin kecil.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimanakah fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan dalam pemasaran ikan nila di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi dan Seberapa besarkah tingkat margin, *share petani*, efisiensi pemasaran ikan nila di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi ?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan dalam pemasaran ikan nila di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi dan Untuk mengetahui tingkat margin, *share petani*, efisiensi pemasaran usaha budidaya ikan nila di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

pengumpul dan menjual ke tingkat pedagang pengecer, pedagang pengecer yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 18 orang yang menjual ikan nila ke tingkat konsumen,

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari pengamatan langsung, wawancara dengan petani Ikan Nila di Desa Titian Modang dan pengisian kuesioner yang telah disiapkan. Data primer yang dikumpulkan terdiri dari : Karakteristik Petani (umur, pendidikan, jumlah produksi, harga serta biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran ikan nila dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian).

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga. Data sekunder yaitu data yang diambil dari instansi terkait seperti data produksi dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian, diperoleh dari catatan atau histori yang telah disusun dalam arsip dan juga BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Kuantan Singingi dan lainnya.

### Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dan metode kuantitatif. Untuk menjawab tujuan penelitian dilakukan analisis data dengan menghitung margin pemasaran, *share* petani dan efisiensi pemasaran.

### Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untuk menganalisis pemasaran data harga yang digunakan adalah harga di tingkat petani (produsen) dan harga di tingkat konsumen, menurut (Sutarno, 2014) secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M_p = P_r - P_f$$

### Analisis *Share* Petani

Untuk menghitung bagian yang diterima petani atau besarnya *share* petani untuk komoditi ikan nila, Limbong dan Sitorus (1987) dirumuskan sebagai berikut :

$$F_s = P_f/P_r \times 100\%$$

### Analisis Efisiensi Pemasaran

Untuk menghitung tingkat efisien pemasaran, digunakan rumus sebagai berikut :

$$E_P = TBP/TNP \times 100\%$$

### Konsep Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam penafsiran penelitian, maka perlu dibuat konsep operasional sebagai berikut :

1. Ikan nila *Oreochromis Niloticus* atau disebut *Tilapia* merupakan salah satu ikan air tawar

indroduksi yang mempunyai nilai ekonomis yang cukup penting di beberapa daerah di Asia, termasuk Indonesia.

2. Usahatani ikan nila adalah usaha yang dilakukan oleh petani ikan yang dibudidayakan pada kolam tanah.
3. Petani ikan adalah yang melakukan usaha budidaya ikan nila yang menjual ikan ke pedagang (Rp/Kg).
4. Lembaga pemasaran adalah badan-badan atau lembaga-lembaga yang berusaha dalam bidang pemasaran, menggerakkan barang dari petani ke konsumen melalui proses jual beli, misalnya pedagang
5. Saluran pemasaran adalah suatu jalur dari lembaga-lembaga pemasaran yang menyalurkan ikan nila dari petani ke konsumen.
6. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli langsung kepada petani yang diambil langsung dari kolam ikan.
7. Pedagang pengecer yang menjual ke konsumen akhir di dalam daerah.
8. Konsumen adalah orang yang melakukan pembelian terakhir dalam saluran pemasaran.
9. Margin pemasaran adalah pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg).
10. *Farmer's share* adalah perbandingan antara harga yang diterima petani atau produsen dengan harga yang diterima konsumen dan dinyatakan dalam (%).
11. Efisiensi pemasaran adalah efisiensi ekonomi yang diukur dari besarnya margin pemasaran dan bagian yang diterima petani atau *share* petani dinyatakan dalam persen (%).

yang ada di wilayah kecamatan Kuantan Tengah.

### Letak Geografis

Desa Titian Modang Kopah merupakan salah satu dari 23 desa di wilayah Kecamatan Kuantan Kuantan Tengah, yang terletak ± 10 Km dari pusat kota Kabupaten ke arah Timur dari kota kecamatan. Desa Titian Modang Kopah mempunyai luas wilayah seluas ± 26.49 Kilometer.

### Fungsi-Fungsi Pemasaran

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Daerah Penelitian Letak, Luas Wilayah Dan Batas Wilayah

Desa Titian Modang Kopah adalah salah satu desa dari 6 desa di kenegerian Kopah. Pemekaran desa Titian Modang Kopah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 23 tahun 2012, dan ditetapkan sebagai desa Defenitif Pada tanggal 10 Oktober tahun 2012, desa Titian Modang Kopah merupakan desa interline dan desa pertumbuhan yang wilayah terluas di 6 desa kenegerian kopah dan penduduk terbanyak dibandingkan dengan desa

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986), fungsi-fungsi pemasaran dapat dikelompokkan atas tiga fungsi pemasaran yaitu : 1) Fungsi pertukaran, yaitu kegiatan berhubungan dengan perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi ini dibedakan menjadi fungsi pembelian dan fungsi penjualan. 2) Fungsi fisik, yaitu semua tindakan yang berhubungan langsung dengan barang dan jasa sehingga proses tersebut menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu. Fungsinya dibedakan menjadi fungsi penyimpanan dan fungsi pengangkutan. 3) Fungsi fasilitas yaitu tindakan untuk memperlancar proses terjadinya pertukaran dan fungsi fisik yang terjadi antara produsen dan konsumen. Fungsi ini dibedakan

menjadi fungsi standarisasi dan grading. Fungsi penanggung resiko, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar.

Pada setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran, namun fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran ini adalah fungsi penjualan, fungsi penanggulangan resiko, fungsi pembiayaan dan fungsi penyediaan pasar. Hal tersebut dilakukan karena fungsi-fungsi tersebut dapat mempengaruhi tingkat efisiensi suatu proses pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran ikan nila di desa Titian Modang kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Tugas dan Fungsi Lembaga Pemasaran Ikan Nila di desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

| Fungsi Pemasaran         | Saluran Pemasaran I |                    |                   | Saluran Pemasaran II |                   | Saluran Pemasaran III |
|--------------------------|---------------------|--------------------|-------------------|----------------------|-------------------|-----------------------|
|                          | Nama Lembaga        |                    |                   | Nama Lembaga         |                   | Nama Lembaga          |
|                          | Petani              | Pedagang Pengumpul | Pedagang Pengecer | Petani               | Pedagang Pengecer | Petani                |
| <b>Fungsi Pertukaran</b> |                     |                    |                   |                      |                   |                       |
| Pembelian                | –                   | √                  | √                 | –                    | √                 | –                     |
| Penjualan                | √                   | √                  | √                 | √                    | √                 | √                     |
| <b>Fungsi Fisik</b>      |                     |                    |                   |                      |                   |                       |
| Penyimpanan              | √                   | –                  | –                 | √                    | –                 | √                     |
| Pengolahan               | –                   | –                  | –                 | –                    | –                 | –                     |
| Pengangkutan             | –                   | √                  | √                 | –                    | √                 | √                     |
| <b>Fungsi Fasilitas</b>  |                     |                    |                   |                      |                   |                       |
| Standarisasi             | –                   | –                  | –                 | –                    | –                 | –                     |
| Grading dan Sortasi      | –                   | √                  | –                 | –                    | –                 | –                     |
| Penanggulangan Resiko    | √                   | √                  | √                 | √                    | √                 | √                     |
| Pembiayaan               | √                   | √                  | √                 | √                    | √                 | √                     |
| Informasi pasar          | √                   | √                  | √                 | √                    | √                 | √                     |

(Sumber Data Primer diolah, 2021)

**Analisis pada Pemasaran Saluran I**

Tabel 2. Rata-rata Biaya Marjin dan Keuntungan pada Saluran I Pemasaran Ikan Nila di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

| No                           | Biaya/Harga (Rp/Kg)       | Saluran 1 (Rp/Kg) | Margin (Rp/Kg)  | Distribusi Margin (%) | Farmer Share (%) | Efisiensi (%) |
|------------------------------|---------------------------|-------------------|-----------------|-----------------------|------------------|---------------|
| <b>1</b>                     | <b>Petani</b>             |                   |                 |                       |                  | 13,24         |
|                              | <b>Harga Jual</b>         | <b>21.000,00</b>  |                 |                       | 70,00            |               |
|                              | Biaya: - Berat Susut      | 1.400,00          |                 |                       |                  |               |
|                              | <b>Keuntungan</b>         | <b>19.600,00</b>  |                 |                       |                  |               |
| <b>2</b>                     | <b>Pedagang Pengumpul</b> |                   |                 |                       |                  | 13,24         |
|                              | Harga Beli                | 21.000,00         |                 |                       |                  |               |
|                              | Biaya: - Transportasi     | 442,79            |                 | 4,92                  |                  |               |
|                              | - Upah Kantong            | 857,14            |                 | 9,52                  |                  |               |
|                              | - Biaya Kantong           | 371,43            |                 | 4,13                  |                  |               |
|                              | - Karet Gelang            | 2,85              |                 | 0,03                  |                  |               |
|                              | - Biaya Obat              | 170,30            |                 | 1,89                  |                  |               |
|                              | - Oksigen                 | 34,06             |                 | 0,38                  |                  |               |
|                              | <b>Harga Jual</b>         | <b>28.000,00</b>  | 7.000,00        |                       | 23,33            |               |
|                              | <b>Keuntungan</b>         | <b>5.121,42</b>   |                 | 56,90                 |                  |               |
| <b>3</b>                     | <b>Pedagang Pengecer</b>  |                   |                 |                       |                  | 13,24         |
|                              | Harga Beli                | 28.000,00         |                 |                       |                  |               |
|                              | Biaya: - Retribusi        | 248,31            |                 | 2,76                  |                  |               |
|                              | - Plastik                 | 443,62            |                 | 4,93                  |                  |               |
|                              | <b>Harga Jual</b>         | <b>30.000,00</b>  | 2.000,00        |                       | 6,67             |               |
| <b>Keuntungan</b>            | <b>1.308,07</b>           |                   | 14,53           |                       |                  |               |
| <b>4</b>                     | <b>Konsumen</b>           |                   |                 |                       |                  | 13,24         |
|                              | Harga Beli                | <b>30.000,00</b>  |                 |                       |                  |               |
| <b>Total</b>                 |                           |                   | <b>9.000,00</b> | <b>100,00</b>         | <b>100,00</b>    |               |
| <b>Total Biaya Saluran 1</b> |                           | <b>3.970,51</b>   |                 |                       |                  |               |

(Sumber : Data primer, diolah 2021).

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa analisis pemasaran pada saluran II di Desa Titian Modang terlihat harga ditingkat petani sebesar Rp. 21.000,00/kg, sedangkan harga ditingkat konsumen akhir sebesar Rp. 30.000,00/kg, total marjin pemasaran ikan nila sebesar Rp. 9.000,00/kg. Besarnya marjin pada saluran pemasaran I disebabkan karena pemasaran yang dijalankan oleh 3 lembaga pemasaran, sehingga petani harus membayar jasa pemasaran kepada pedagang perantara

tersebut akibatnya biaya dalam proses pemasaran akan menjadi lebih tinggi. Dalam hal ini karena besar marjin pemasaran tersebut pada dasarnya merupakan total biaya pemasaran yang meliputi biaya operasional pemasaran yang dikeluarkan pedagang serta keuntungan pedagang.

**Analisis Marjin Saluran II**

Hasil analisis saluran pemasaran II pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Rata-rata Biaya Marjin dan Keuntungan pada Saluran II Pemasaran Ikan Nila di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

| No                           | Biaya/Harga (Rp/Kg)   | Saluran 3 (Rp/Kg) | Margin (Rp/Kg) | Distribusi Margin (%) | Farmer Share (%) | Efisiensi (%) |
|------------------------------|-----------------------|-------------------|----------------|-----------------------|------------------|---------------|
| 1                            | <b>Petani</b>         |                   |                |                       |                  | 0,43          |
|                              | Biaya: Plastik Kresek | 107,14            |                |                       |                  |               |
|                              | <b>Harga Jual</b>     | <b>25.000,00</b>  |                |                       | 100,00           |               |
|                              | <b>Keuntungan</b>     | <b>24.892,86</b>  |                |                       |                  |               |
| 4                            | <b>Konsumen</b>       |                   |                |                       |                  |               |
|                              | Harga Beli            | <b>25.000,00</b>  |                |                       |                  |               |
| <b>Total</b>                 |                       |                   |                |                       |                  |               |
| <b>Total Biaya Saluran 3</b> |                       | <b>107,14</b>     |                |                       |                  |               |

(Sumber : Data primer, diolah 2021).

Dari tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa analisis pemasaran pada saluran III di Desa Titian Modang terlihat harga ditingkat petani sebesar Rp. 23.000,00/kg sedangkan harga ditingkat konsumen akhir sebesar Rp. 28.000,00 dengan total marjin pemasaran ikan nila sebesar Rp. 5.000,00/kg. Jadi dari ketiga saluran pemasaran ikan nila maka diperoleh marjin

terkecil terdapat pada saluran II meliputi biaya operasional yang dikeluarkan petaniserta keuntungan.

#### Analisis Pemasaran pada Saluran III

Hasil analisis saluran pemasaran III secara rinci tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Rata-rata Biaya Marjin dan Keuntungan pada Saluran II Pemasaran Ikan Nila di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

| No                           | Biaya/Harga (Rp/Kg)   | Saluran 3 (Rp/Kg) | Margin (Rp/Kg) | Distribusi Margin (%) | Farmer Share (%) | Efisiensi (%) |
|------------------------------|-----------------------|-------------------|----------------|-----------------------|------------------|---------------|
| 1                            | <b>Petani</b>         |                   |                |                       |                  | 0,43          |
|                              | Biaya: Plastik Kresek | 107,14            |                |                       |                  |               |
|                              | <b>Harga Jual</b>     | <b>25.000,00</b>  |                |                       | 100,00           |               |
|                              | <b>Keuntungan</b>     | <b>24.892,86</b>  |                |                       |                  |               |
| 4                            | <b>Konsumen</b>       |                   |                |                       |                  |               |
|                              | Harga Beli            | <b>25.000,00</b>  |                |                       |                  |               |
| <b>Total</b>                 |                       |                   |                |                       |                  |               |
| <b>Total Biaya Saluran 3</b> |                       | <b>107,14</b>     |                |                       |                  |               |

(Sumber : Data primer, diolah 2021).

Disaluran pemasaran III besarnya total biaya pemasaran sebesar Rp.107,14 /kg, marjin pemasarannya sebesar Rp.0/kg, share petani sebesar 100% dan efisiensi pemasarannya adalah 0,43%. Maka, saluran pemasaran III ikan nila lebih efisiensi dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan II dalam artian untuk

memperoleh penerimaan 100% dibutuhkan biaya sebesar 9,23%. Nilai marjin pemasaran pada berbagai saluran tersebut berbeda disebabkan adanya perbedaan panjang pendek rantai pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Fungsi-fungsi lembaga pemasaran ikan nila di Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi adalah : 1) Petani : Melakukan fungsi penjualan kepada konsumen (pedagang pengumpul, agen, pengecer). 2) Pedagang Pengumpul : Melakukan fungsi pembelian dari petani dan penjualan kepada pengecer dan konsumen, pedagang pengumpul juga melakukan fungsi agar resiko kerusakan ikan nila dapat dihindari. Selain itu pedagang pengumpul berfungsi sebagai penyampaian informasi kepada pihak yang membutuhkan. 3) Pedagang Pengecer : Melakukan fungsi pembelian dari pedagang pengumpul dan pedagang agen kemudian menjualkan kepada konsumen. Serta melakukan fungsi pengangkutan dan penyimpanan sementara dan sebagai penyampaian informasi kepada konsumen dan pihak-pihak yang membutuhkan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran I besarnya total biaya pemasaran sebesar Rp.3.970,51/kg, margin pemasarannya sebesar Rp.9.000,00/kg, *share* petani sebesar 70,00% dan efisiensi pemasarannya adalah 13,24%. Pada saluran

pemasaran II besarnya total biaya pemasaran sebesar Rp.3.249,58/kg, margin pemasarannya sebesar Rp.5.000,00/kg, *share* petani sebesar 82,14% dan efisiensi pemasarannya adalah 11,61%. Sedangkan disalurkan pemasaran III besarnya total biaya pemasaran sebesar Rp.107,14 /kg, margin pemasarannya sebesar Rp.0/kg, *share* petani sebesar 100% dan efisiensi pemasarannya adalah 0,43%. Maka, saluran pemasaran III ikan nila lebih efisiensi dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan II dalam artian untuk memperoleh penerimaan 100% dibutuhkan biaya sebesar 0,43%. Nilai margin pemasaran pada berbagai saluran tersebut berbeda disebabkan adanya perbedaan panjang rantai pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat.

### Saran

Diharapkan petani, pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer juga melakukan grading sehingga mempermudah penentuan harga ikan nila di pasar sehingga diharapkan para pedagang mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2014. *Manfaat Kesehatan Ikan Kakap Merah*.  
<http://pemalangonline.com/manfaat-kesehatan-ikan-kakap-merah/>. ( Diakses pada tanggal 29 Januari 2014).
- Badan Pusat Statistik Kuantan Singingi . 2019. *Jumlah Perusahaan Budidaya Perikanan menurut Jenis Budidaya*.

Limbong dan Sitorus, 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Sutarno. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Wonogiri*. E-Journal Agrineca.