

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN IKAN TONGKOL DARI
TPI SAMPAI KE PASAR PANORAMA KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

NAMA :JOLIYUSHAM PAKO

NPM :2154201044

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS MARGIN PEMASARAN IKAN TONGKOL DARI TPI SAMPAI KE PASAR PANORAMA KOTA BENGKULU

Diajukan untuk memenuhi Gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

OLEH:

Joliyusham Pako
NPM 2154201044

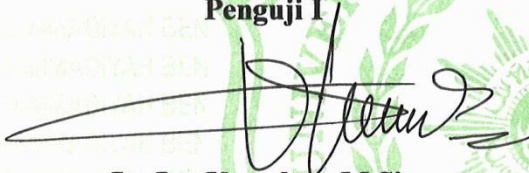
Telah diuji dan disetujui oleh Tim Pembimbing dan Tim Penguji di Bengkulu
pada Kamis 08 agustus 2025.

Pembimbing



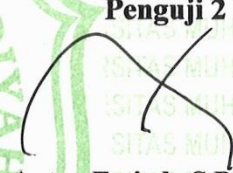
Ir. Rita Feni, M.Si
NIP.196802261993032004

Penguji I



Ir. Jon Yawahar, M.Si
NIP.196608131993021001

Penguji 2



Anton Feriady S.P., M.P
NBK.129986684

MENGETAHUI

**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**



Dr. Novitri Karniati, SP., MP
NIP.197011141994032001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Joliyusham pako

Npm : 2154201044

Fakultas : Pertanian Dan Peternakan

Menyatakan bahwa :

1. Tulisan karya ilmiah ini bebas plagiat
2. Apabila di kemudian hari terbukti plagiat dalam karya ilmiah ini maka
saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan
sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 8 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan




Joliyusham Pako
2154201044

MOTTO

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. *PERCAYA PROSES* itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik di balik kata proses yang kamu anggap rumit”

(Joliyusham Pako)

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji dan syukur saya panjatkan atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang tiada terhingga. Perjalanan panjang, penuh tantangan dan pembelajaran, akhirnya mengantarkan saya pada pencapaian ini sebuah gelar sarjana yang tak hanya hasil dari kerja keras, tetapi juga buah dari doa, cinta, dan dukungan banyak hati yang tulus. Dengan penuh rasa syukur dan hormat, hasil dari proses panjang ini saya persembahkan kepada:

- ❖ Saya persembahkan untuk Almarhum bapakku tercinta Amirudin s.k yang sudah 4 tahun yang lalu meninggalkan penulis namun rasa sayang kepada beliau tidak pernah berkurang, terimakasih banyak atas perjuangan semasa hidupmu yang di berikan kepada penulis, penulis berada di tahap ini sebagaimana mewujudkan permintaan terakhir sebelum benar benar pergi untuk melihat semua anak anaknya menyandang gelar sarjana. Meskipun pada akhirnya harus melewati sendiri, maka bersama ini sebagai anak terakhir penulis mempersembahkan skripsi dan gelar sarjana ini seutuhnya kepada bapakku tercinta Amirudin s.k, I wil always mis you.
- ❖ Saya persembahkan untuk Mak saya perempuan hebat pilar utama hidup saya ,terima kasih atas kasih sayang , doa yang tidak pernah putus.
- ❖ Terimakasih kepada dosen pembimbing yang saya hormati ibu Ir. Rita feni, M. Si yang telah sabar dan membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini dari awal sampai akhir, ucapan terimakasih banyak atas ilmu dan motivasi yang telah di berikan.

- ❖ Terimakasih kepada dosen penguji satu Ir. Jon yawahar M. S. I yang telah membantu dan memberikan saran serta ilmu yang sangat bermanfaat.
- ❖ Terimakasih kepada dosen penguji dua Bapak Anton Feriady, S.P.,M.P yang telah memberikan kritikan dan saran yang sangat bermanfaat.
- ❖ Kepada seluruh dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan ini.
- ❖ Untuk kakakku Indah enggreaini, dan Harsi Miharti tercinta, Terima kasih atas doa, dukungan, dan kebersamaan yang selalu menguatkan sepanjang perjalanan ini.
- ❖ Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati,karya sederhana ini saya persembahkan untuk:Diriku sendiri, Joliyusham Pako,yang telah berjuang melewati segala rintangan, menahan lelah, menepis keraguan, dan memilih untuk tidak menyerah meskipun langkah terasa berat.Terima kasih untuk setiap tetes keringat, setiap malam tanpa tidur, dan setiap keyakinan bahwa mimpi ini layak diperjuangkan. Hari ini adalah bukti, bahwa kesabaran dan keteguhan hati mampu mengubah mimpi menjadi nyata.
- ❖ Terima kasih kepada sahabat dan teman tersayang ku Ria andeni, Ervina Tribuana, Eke Gusniar, tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin saya sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukur selama ini dengan perjuangan dan kebersamaan kita.

- ❖ Terima kasih kepada Tasyah afriani yang selalu memberi do'a dan dukungan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Terima kasih kepada semua teman perjuangan Agribisnis Angkatan 2021 yang telah menemani saya dari awal perkuliahan sampai kita menuju akhir semester untuk dukungan dan smngt yang di berikan saya ucapkan banyak terimakasih.semoga kita sukses semua amin.

ABSTRAK

Joliyusham Pako 2154201044, Analisis margin pemasaran ikan tongkol dari TPI sampai ke pasar panorama kota Bengkulu. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Dan Peternakan. Dibawah Bimbingan Ir. Rita Feni, M. Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis margin pemasaran ikan tongkol dari Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Pulau Baai hingga ke Pasar Panorama Kota Bengkulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan survei, yang melibatkan pengepul dan pengecer sebagai responden utama. Data yang dikumpulkan meliputi biaya pemasaran, harga beli, harga jual, dan keuntungan dari masing-masing pelaku pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat satu saluran pemasaran ikan tongkol: pertama, dari nelayan ke pedagang pengepul TPI lalu ke pengecer panorama dan konsumen. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul adalah sebesar Rp911/kg, dengan keuntungan sebesar Rp6.089/kg sehingga menghasilkan margin pemasaran sebesar Rp7.000/kg. Sementara itu, pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp2.438/kg dan memperoleh keuntungan sebesar Rp 7.562/kg, sehingga margin pemasaran yang didapatkan adalah sebesar Rp10.000/kg. Margin pemasaran tertinggi diperoleh oleh pengecer sebesar Rp10.000/kg, sedangkan pengepul memperoleh margin sebesar Rp7.000/kg. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin panjang saluran pemasaran, maka margin yang diperoleh semakin besar. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengambilan kebijakan pemasaran hasil tangkapan perikanan yang lebih efisien dan menguntungkan semua pihak.

Kata kunci: margin pemasaran, ikan tongkol, biaya pemasaran, keuntungan, saluran distribusi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “*Analisis Margin Pemasaran Ikan Tongkol dari TPI hingga Pasar Panorama, Kota Bengkulu.*” Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian studi Strata-1 di Jurusan Agribisnis. Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

Ibu Ir. Rita Feni, M.Si., selaku pembimbing, telah memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berharga. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan agar proposal ini dapat disempurnakan. Diharapkan, laporan proposal skripsi ini nantinya dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan, penerapan di lapangan, serta menjadi dasar untuk pengembangan lebih lanjut.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teoritis	6
2.1.1 Sektor Perikanan	6
2.1.2 Pemasaran	9
2.3 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Metode Penelitian.....	21
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.3 Metode Penarikan Sample	21
3.4 Jenis dan Sumber Data	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	22
3.6 Defenisi Dan Operasional Variabel.....	23
3.7 Teknik Analisis Data	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27

4.1 Deskripsi Daerah Penelitian	27
4.1.1 Letak Dan Batas Wilayah	29
4.1.2 Luas Wilayah	29
4.1.3 Keadaan Penduduk	29
4.1.4 Mata Pencarian Penduduk	30
4.2 Hasil Penelitian.....	30
4.2.1 Karakteristik Pengepul Ikan Tongkol	30
4.2.2 Umur responden.....	31
4.2.3 Pendidikan Responden.....	31
4.2.4 Jumlah Anggota Keluarga Pengepul Ikan Tongkol Dari TPI Sampai Ke Pasar Panorama.....	32
4.2.5 Pengalaman pengepul ikan tongkol dari TPI sampai ke pasar panorama	32
4.2.6 Saluran Pemasaran	33
4.2.7 Harga Beli dan Harga Jual	35
4.2.8 Biaya pemasaran	36
4.2.9 Keuntungan lembaga pemasaran	37
4.2.10 Margin Pemasaran	39
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42

DAFTAR TABEL

1. Data Produksi Ikan Tongkol di Bengkulu 2011 samapai 2021	2
2 jumlah penduduk sumber jaya	30
3. Identifikasi Responden berdasarkan Umur pengepul besar TPI dan pengecer panorama kota Bengkulu.....	31
4. Identifikasi responden Berdasarkan pendidikan pengepul ikan tongkol,TPI dan pengepul pengecer panorama kota Bengkulu.	32
5. Jumlah anggota keluarga pengepul ikan tongkol TPI dan pengecer panorama	32
6. Pengalaman Lama Berjuallan.Pedagang Besar TPI Dan Pengecer Panorama Kota	33
7. Rata rata jumlah pembelian dan penjualan ikan tongkol dari TPI sampai pasar panorama pemasaran ikan tongkol pada tiap tiap saluran pemasaran.....	34
8. Rata- rata harag jual dan harga beli ikan tongkol dari TPI sampai ke pasar panorama kota Bengkulu.....	35
9. Rata rata biaya pemasaran pengepul(Rp/Kg).....	37
10. Rata rata biaya pemasaran pengecer	37
11. Keuntungan lembaga pemasaran pengepul	38
12. Keuntungan lembaga pemasaran pengecer	38
13. Margin pemasaran pengepul	39
14. Margin pemasaran pengecer	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	19
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1 saluran pemasaran dan lembaga pemasaran.....	47
2 Presentase Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha	47
3 presentase responden berdasarkan jenis pekerjaan	47
4 presentase responden berdasarkan jumlah anggota keluarga.....	48
5 Presentase Responden Berdasarkan Umur.....	48
6 presentase responden berdasarkan tingkat pendidikan	48
7 identitas responden pedagang pengepul.....	49
8 identitas responden pedagang pengecer pasar panorama.....	49
9 rata-rata pembelian dan penjualan ikan tongkol pengepul.....	50
10 Rata-Rata Harga Jual Dan Harga Beli Ikan Tongkol Pengepul	50
11. Biaya Sewa, Kebersihan dan Keamanan pengepul	50
12. Penyusutan Alat pengepul.....	51
13 total biaya tetap pengepul.....	52
14. Biaya Es Batu, Air, Listrik dan Upah Angkat Ikan pengepul	52
15. Tenaga Kerja pengepul.....	53
16. Minyak Motor pengepul.....	54
17. total biaya variabel pengepul	55
18. Biaya Pemasaran pengepul	55
19. Biaya keuntungan pengepul	55
20 margin pengepul.....	55
21 Rata-Rata Pembeliandan Penjualan Ikan Tongkol Pengecer panorama Saluran I	56
22. Rata-Rata Harga Jual dan Beli Ikan Tongkol Pengecer panorama	56
23. Sewa Lapak pengecer panorama	57
24. Kebersihan pengecer panorama	57
25. Penyusutan Timbangan pengecer panorama	58
26. Penyusutan Alat Koli pengecer panorama	59
27. Penyusutan alat, motor, megapro, revo, scopy, beat pengecer panorama.....	60
28. total biaya tetap pedagang pengecer panorama.....	61
29. Kemasan/Plastik pengecer panorama.....	61

30. Minyak Motor pengecer panorama	62
31. Batu Es pengecer panorama	62
32. total biaya variabel pedagang pengecer panorama.....	62
33. Biaya Pemasaran Penegecer Panorama.....	63
3.4 Harga Jual.....	63
35. Margin Pengecer Panorama	63

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perikanan memiliki posisi yang strategis dalam pembangunan nasional. Dengan melimpahnya sumber daya alam, Indonesia dikenal sebagai negara maritim terbesar di dunia karena memiliki potensi perikanan yang luas dan bernilai tinggi. Selain itu, sektor ini juga menyerap banyak tenaga kerja, mencakup kegiatan penangkapan ikan, budidaya, pengolahan, distribusi, hingga perdagangan. Oleh sebab itu, pemerintah Indonesia tidak bisa mengabaikan perkembangan sektor perikanan.(Triarso, 2013)

Perikanan tangkap di Indonesia memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap produksi perikanan tangkap global. Berdasarkan data FAO (2018), pada tahun 2016 Indonesia menyumbang 7,19% atau sekitar 6,54 juta ton dari total produksi ikan dunia, menempati urutan kedua setelah Tiongkok yang menghasilkan 17,56 juta ton (19,29%). Beberapa stok ikan pelagis utama dengan potensi tinggi meliputi tuna, cakalang, dan tongkol (TTC), yang menjadi komoditas perikanan penting di Indonesia. Negara ini memiliki posisi strategis dalam produksi TTC global, di mana produksi dunia TTC meningkat dari 6,8 juta ton pada 2011 menjadi 12,3 juta ton pada 2017, sementara rata-rata produksi Indonesia selama 2012–2018 mencapai 1,29 juta ton. Penangkapan ikan di Indonesia masih banyak dilakukan oleh nelayan berskala kecil (di bawah 10 ton), yang menyumbang lebih dari 80% dan menjadi mata pencaharian bagi jutaan rumah tangga pesisir.(Karina, 2021).

Sumber daya perikanan tangkap merupakan salah satu aset yang paling bernilai bagi Indonesia. Dengan potensi yang melimpah dan bernilai ekonomi tinggi, sumber daya ini dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus sumber gizi, terutama protein hewani. (Ruban & Dolores Manuputty, 2021). Tongkol termasuk salah satu ikan pelagis besar yang banyak diminati, baik di pasar domestik maupun internasional. Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (2021), tuna menjadi salah satu komoditas ekspor utama Indonesia, menempati urutan kedua setelah udang bullfinches, dengan nilai ekspor triwulanan mencapai \$228,55 juta. Produksi tuna di PPI Kranji, Lamongan, juga cukup besar, tercatat sebesar 1.104.859 ton pada 2020. Kementerian Kelautan dan Perikanan menargetkan peningkatan nilai ekspor tuna, cakalang, dan tongkol (TCT) menjadi 7,13–8 juta dolar pada periode 2022–2024. Permintaan terhadap komoditas ini diperkirakan akan terus meningkat, baik dalam bentuk ikan mentah maupun olahan. Pada 2020, tuna menjadi ikan yang paling banyak diperdagangkan di tingkat nasional, mencapai 17% dari total perdagangan senilai Rp 2,37 triliun pada 2019. (Argo Wibowo, 2022)

Tabel 1. Data Produksi Ikan Tongkol di Bengkulu 2011 sampai 2021

NO	TAHUN	PRODUKSI
1	2011	2.163,00
2	2012	4.941,00
3	2013	6.227,00
4	2014	6.551,00
5	2015	5.795,00
6	2016	5.820,00
7	2017	6.089,19
8	2018	8.491,02
9	2019	4.394,16
10	2020	3.902,40
11	2021	5.075,11

Sumber : BPS Kota Bengkulu 2011-2021

Provinsi Bengkulu terletak di Pulau Sumatera bagian barat dan wilayah daratannya berhadapan langsung dengan Samudera Hindia. Menurut Bengkulu Ekspres (2015) oleh DKP Provinsi Bengkulu, potensi kapasitas penangkapan ikan sebesar 128.000 ton/tahun dan produksi perikanan laut sebesar 53.755 ton/tahun (Syukhrani et al., 2019)

Kota Bengkulu, sebagai ibu kota provinsi Bengkulu, memiliki wilayah pesisir dengan panjang garis pantai sekitar $\pm 17,22$ km. Pesisir ini membentang dari Sungai Hitam di Kecamatan Muara Bangkaful hingga Pulau Baai di Kecamatan Kampung Melayu. Secara geografis, Kota Bengkulu berada pada koordinat $30^{\circ}45'-30^{\circ}59'$ Lintang Selatan dan $102^{\circ}14'-102^{\circ}22'$ Bujur Timur, dengan luas total wilayah mencapai 539,3 km², terdiri dari daratan seluas 151,7 km² dan wilayah laut seluas 387,6 km². Sebagian besar wilayahnya merupakan pantai terbuka yang langsung menghadap Samudera Hindia, sehingga kondisi pesisir sangat dipengaruhi oleh gelombang dan arus laut. (Zamdial et al., 2018)

TPI pulau bai adalah salah satu pelabuhan terbesar di kota Bengkulu, dan juga sebagai salah satu sector pemasok ikan terbesar di kota Bengkulu, TPI pulau bai tempat terjadi jual beli ikan dari nelayan sampai ke pengepul ikan dan juga pengcer ikan hingga siap di pasarkan ke konsumen. TPI di Pulau Baii menjadi salah satu faktor dalam pengaturan pasar hasil tangkapan nelayan. Hal ini merupakan bagian dari system kelembagaan perikanan dan juga menentukan kesejahteraan nelayan. Pemberdayaan nelayan lebih lanjut memerlukan peran mereka dalam pengelolaan sumber daya perikanan (Suryani, 2021).

Dalam pemasaran hasil laut, para nelayan biasanya memerlukan dukungan dari pihak lain untuk menjual tangkapan mereka, salah satunya melalui agen pemasaran. Lembaga pemasaran memiliki peran penting dalam menyalurkan hasil tangkapan nelayan hingga sampai ke konsumen. Bentuk saluran pemasaran suatu produk dapat berbeda-beda, tergantung pada kondisi dan karakteristik industri yang bersangkutan. (Argo Wibowo, 2022) Pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam operasional usaha perikanan. Melalui pemasaran, produk yang dihasilkan dapat dijual, sehingga bisnis dapat berkembang dan meningkat. Keberhasilan perusahaan dalam meraih keuntungan maksimal sangat dipengaruhi oleh strategi dan jalur pemasaran yang digunakan. Tanpa pemasaran yang efektif, usaha yang produktif sekalipun bisa mengalami kegagalan. (Nuriati et al., 2018)

Dalam pemasaran, saluran dan lembaga pemasaran memegang peran penting untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran merupakan jalur yang dilalui produk dari petani melalui perantara hingga sampai ke tangan konsumen. Sedangkan lembaga pemasaran adalah pihak—baik individu, perusahaan, maupun organisasi—yang terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran. (Herliadi et al., 2017). Margin pemasaran adalah perbedaan harga antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen. Dengan kata lain, margin ini menunjukkan selisih nilai yang terjadi dari produsen hingga sampai ke konsumen. (Handayani & Nurlaila, 2017).

Menurut Ali & Rukka,(2011) faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya margin pemasaran adalah sebagai berikut.

1. Biaya pemasaran, selisih keuntungan, harga eceran, dan harga produsen.
2. Karakteristik produk yang dipasarkan.
3. Tingkat pengolahan dari produk yang dijual.

Besar atau kecilnya margin pemasaran dipengaruhi oleh jumlah lembaga pemasaran yang terlibat, sehingga setiap saluran pemasaran yang berbeda cenderung menghasilkan margin keuntungan yang berbeda pula. Hal ini tergantung pada panjang atau pendeknya rantai lembaga pemasaran yang ikut serta.(Sari et al., 2021). Berdasarkan hal tersebut, peneliti akan melakukan penelitian mengenai analisis margin pemasaran ikan tongkol dari TPI sampai ke pasar pagi TPI pulau bai kota bengkulu

1.2 Rumusan Masalah

1. Saluran pemasaran ikan tongkol dari TPI hingga ke Pasar Panorama Kota Bengkulu terdiri dari berapa jenis?
2. Berapa besar margin pemasaran ikan tongkol dari TPI sampai ke pasar panorama kota Bengkulu?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui salurran pemasarran ikan tongkol dari TPI sampai ke pasar panorama kota bengkulu
2. Untuk menganalisis margin pemasarran ikan tonkol dari TPI sampai ke pasar panorama kota Bengkulu

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

- 1 Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi sekaligus motivasi untuk penelitian-penelitian berikutnya.
- 2 Bagi pembaca, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan pedoman dalam menangani masalah serupa.