

RINGKASAN

JUNAIDI HSB (11 822 0015) Dengan judul skripsi “ Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Hias Di Kelompok Pembudidaya Mekar Jaya Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang “. Penelitian ini di bimbing oleh Drs, Khairul Saleh, M.MA selaku ketua pembimbing dan Rahma Sari Siregar SP, M.Si selaku anggota komisi pembimbing.

Sumatera Utara sangat berpotensi dalam membudidaya ikan hias terutama Kabupaten Deli Serdang dengan jumlah 1.237 pembudidaya, khususnya di Kecamatan Beringin. Lokasi Penelitian tersebut merupakan salah satu Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan (P2KMP) terbesar di Deli Serdang dan telah bekerja sama dengan Menteri Perikanan dan Kelautan Republik Indonesia melalui dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Deli Serdang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran ikan hias di Kelompok Pembudidaya Mekar Jaya Di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang, dan untuk mengetahui Efisiensi pemasaran ikan hias di Kelompok Pembudidaya Mekar Jaya Di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang.

Metode pengambilan sampel yang di gunakan adalah *Purposive Sampling*. Responden penelitian ini adalah pembudidaya ikan hias di lokasi dan lembaga-lembaga terkait dalam pemasaran ikan hias. Data yang di kumpulkan adalah data primer dan data skunder, Metode analisis data yang di gunakan kuantitatif dan kualitatif. Saluran pemasaran ikan hias akan di analisis secara kuantitatif, dan efisiensi pemasaran ikan hias di analisis secara kuantitatif dengan menggunakan margin pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di lokasi penelitian terdapat empat jenis Ikan hias yaitu: Kumpai, Koki, Komet, dan Koi, Ikan hias yang paling banyak diminati yaitu terdapat pada jenis ikan hias Koi dengan jumlah pemesanan sebanyak 5.873 ekor per bulan. Saluran yang terdapat di lokasi penelitian sebanyak tiga saluran pemasaran yaitu: Produsen ke Konsumen, Produsen ke Pengumpul, Produsen ke Pengecer kemudian ke Konsumen. Pada saluran I Produsen ke Konsumen harga jual ikan hias mulai dari Rp.2.500/ekor samapai Rp.3.000/ekor, pada saluran II Produsen ke Pengumpul harga jual ikan hias mulai dari harga Rp. 500/ekor samapai Rp. 1.000/ekor, dan pada saluran III Produsen ke Pengecer lalu ke Konsumen harga ikan hias mulai dari harga Rp. 1.500/ekor samapai Rp. 2.000/ekor di tingkat pengecer dan kemudian pengecer menjual ikan hias ke konsumen dengan harga Rp. 4.000/ekor samapai Rp. 5.500/ekor.

Margin saluran pemasaran yang terbesar adalah Rp. 3.500/ekor terdapat pada saluran III dengan jenis ikan hias Komet dan Koi. Saluran pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran I dengan 11,81% , dimana saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran yang pendek dan paling sedikit biayanya.

Kata Kunci: Saluran, Efisiensi, Ikan Hias

ABSTRACT

JUNAIDI HSB (11 822 0015) With the title of "Marketing Efficiency Analysis of Ornamental Fish In Group Cultivators Mekar Jaya Beringin District Deli Serdang". This research is guided by Drs, Khairul Saleh, MMA As the head of mentor and Rahma Sari Siregar SP, Msi as a member of the supervising commission.

North Sumatra is very potential in the cultivation of ornamental fish, especially Deli Serdang district with the number of 1237 cultivators, especially in District Beringin. The research site is one of the largest Independent Marine and Fisheries Training Center (P2KMP) in Deli Serdang and has been working with the Ministry of Fisheries and Marine Affairs of the Republic of Indonesia through the Department of Fisheries and Maritime Deli Serdang Regency. The purpose of this research is to know marketing channel of ornamental fish in Group of Mekar Jaya Cultivation in Beringin Subdistrict of Deli Serdang Regency, and to know the Efficiency of marketing of ornamental fish in Group of Mekar Jaya Cultivation in Beringin Subdistrict of Deli Serdang Regency.

Sampling method used is Purposive Sampling. Respondents of this research are ornamental fish farmers in the location and related institutions in marketing of ornamental fish. The marketing channels of ornamental fish will be analyzed quantitatively, and the marketing efficiency of ornamental fish is analyzed quantitatively by using marketing margin.

The results showed that at the location of the study there are four types of ornamental fish, namely: Kumpai, Koki, Komet, and Koi, ornamental fish of the most popular are found in Koi ornamental fish species with the number of ordering 5,873 tails per month. The channels in the research location are three marketing channels: Manufacturer to Consumer, Manufacturer to Collector, Manufacturer to Retailer then to Consumer. In channel I Producer to Consumer selling price of ornamental fish starting from Rp.2.500 / tail to Rp.3.000 / ekor, on channel II Producer to Collector price of ornamental fish starting from the price of Rp. 500 / tail up to Rp. 1.000 / tail, and on channel III Manufacturer to Retailer then to Consumer price of ornamental fish starting from price Rp. 1,500 / head up to Rp. 2.000 / tail at retailer level and then retailer sells ornamental fish to consumer with price Rp. 4,000 / tail up to Rp. 5.500 / tail.

. 3,500 / tail is on channel III with ornamental fish species Comet and Koi. The most efficient The biggest marketing channel margin is Rp marketing channel is on channel I with 11.81%, where marketing channel I is the shortest and least costly marketing channel.

Keywords: Channels, Efficiency, Ornamental Fish