

RINGKASAN

ENI YULINDA, M.RAMLI dan RUDI GUNAWAN HASIBUAN 2008, **Analisis Pemasaran Ikan Patin (*Pangasius sutchi*) dari Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar ke Kota Rantau Prapat Propinsi Sumatera Utara.**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2008, bertempat di Kecamatan Kampar yaitu Desa Padang Mutung sebagai daerah produsen dan Kota Rantau Prapat sebagai daerah konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui volume penjualan ikan Patin dari Kecamatan Kampar yang dikirim ke Kota Rantau Prapat, mengetahui lembaga pemasaran yang terlibat, biaya pemasaran dan tingkat keuntungan yang diterima masing-masing lembaga pemasaran, serta mengetahui marketing margin dan efisiensi pemasaran.

Metode penelitian yang digunakan adalah *survey*, data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari petani ikan Patin di Kecamatan Kampar, pedagang pengumpul Kecamatan Kampar yang melakukan pemasaran ikan Patin ke Kota Rantau Prapat, pedagang pengumpul Rantau Prapat, dan pedagang pengecer Rantau Prapat. Untuk responden petani, teknik penentuan sampel dengan pendekatan *Snowball sampling*, sehingga diperoleh responden petani ikan Patin sebanyak 10 orang yang selalu menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul (Bapak Zamri Moli). Sedangkan teknik penentuan sampel untuk responden pedagang pengumpul Kecamatan Kampar, pedagang pengumpul Rantau Prapat dan pedagang pengecer Rantau Prapat dilakukan secara *sensus*. Data yang dikumpulkan diolah secara analisis *deskripti*.

Ikan Patin hasil produksi petani ditampung oleh pedagang pengumpul Kampar (Zamri Moli), selanjutnya dijual ke pedagang pengumpul Rantau Prapat. Volume penjualan ikan Patin yang dikirim ke Kota Rantau Prapat sebanyak 6 ton/bulan ($\pm 1,5$

ton per trip) atau 9,68% dari total keseluruhan ikan Patin yang dikumpulkan pedagang pengumpul (Zamri Moli) per bulannya.

Lembaga pemasaran yang berperan yaitu petani ikan Patin, pedagang pengumpul Kecamatan Kampar, pedagang pengumpul Rantau Prapat dan pedagang pengecer Rantau Prapat. Keuntungan bersih yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran per bulannya untuk pedagang pengumpul Kecamatan Kampar adalah sebesar Rp. 2.306.000,-, pedagang pengumpul Rantau Prapat Rp.6.365.800,-, dan pedagang pengecer Rantau Prapat sebesar Rp. 1.661.900,-.

Bila dilihat biaya per kg ikan yang dikeluarkan masing-masing lembaga, diperoleh biaya pengangkutan pedagang pengumpul Kampar untuk 1 kg ikan Patin Rp.980 dengan keuntungan bersih Rp.720, biaya pedagang pengumpul Rantau Prapat untuk 1 kg ikan Rp.371 dengan keuntungan bersih per kg Rp.1.129, serta biaya 1 kg ikan yang dikeluarkan pedagang pengecer Rantau Prapat Rp.433 dengan keuntungan bersih per kg Rp.1.067,-.

Nilai marketing margin pada tingkat pedagang pengumpul Kecamatan Kampar 15,45% dengan fisherman share 84,55%, nilai marketing margin di tingkat pedagang pengumpul Rantau Prapat 25,6% dengan fisherman share 74,4%, dan nilai marketing margin di tingkat pedagang pengecer Rantau Prapat 33,57% dengan fisherman share 66,43%. Bila dilihat nilai marketing margin dan fisherman share maka pemasaran ikan Patin dari Kecamatan Kampar pada masing-masing pedagang perantara sudah efisien. Begitu juga pemasaran ikan Patin dari Kecamatan Kampar ke konsumen akhir Rantau Prapat sudah efisien karena nilai fisherman share lebih besar dari nilai marketing margin.