

Rantai pemasaran produk perikanan budidaya tambak di Desa Karanganyar dan Desa Cangkring, Indramayu = Marketing chains of aquaculture products in Karanganyar Village and Cangkring Village, Indramayu Regency, West Java / Annisa Wahyularassati

Annisa Wahyularassati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20492909&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kabupaten Indramayu merupakan wilayah yang sangat berpotensi untuk kegiatan budidaya tambak. Wilayah yang memiliki potensi produksi terbesar budidaya tambak berada di Desa Karanganyar, Kecamatan Pasekan dan Desa Cangkring, Kecamatan Cantigi. Produksi yang besar di Kabupaten Indramayu ternyata tidak diikuti dengan daya beli dan tingkat konsumsi perikanan oleh masyarakat setempat sehingga pembudidaya butuh memasarkan produknya ke luar daerah Indramayu. Dalam kegiatan pemasarannya, produk perikanan tambak di Kabupaten Indramayu dihadapkan oleh masalah yaitu lemahnya posisi tawar karena adanya hubungan Patron-Klien dan hambatan dalam kegiatan pemasaran terkait dengan kurang baiknya infrastruktur jalan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana alur pemasaran dan pertambahan nilai yang terjadi pada tiap simpul mata rantai serta pengaruhnya pada keuntungan yang didapat. Metode pengambilan data dilakukan dengan wawancara mendalam ke tiap pelaku pemasaran dan institusi terkait di Kabupaten Indramayu. Data dianalisis secara kualitatif deskriptif dan analisis keruangan. Hasil dari penelitian ini adalah wilayah yang memiliki hubungan patron klien rendah memiliki variasi pemasaran lebih banyak yaitu 4 rantai pemasaran dan keuntungan tertinggi dibandingkan dengan wilayah dengan patron klien rendah Rantai terpanjang terbentuk dari pemasaran ke luar wilayah produksi dan rantai terpendek dari pemasaran di wilayah produksi. Semakin jauh lokasi pasar dan panjang rantai maka keuntungan yang diterima semakin kecil dan harga jual semakin tinggi.

<hr>

ABSTRACT

Indramayu Regency is a region that is very potential for aquaculture activities. Areas that have the greatest production potential for pond aquaculture are in Karanganyar Village, Pasekan District and Cangkring Village, Cantigi District. The large production of Aquaculture product in Indramayu Regency was apparently not followed by purchasing power and the level of fisheries consumption by the local community. Because of that farmers need to sell their products to area other than Indramayu. In its marketing activities, aquaculture fisheries products in Indramayu Regency are faced with the problem of weak bargaining position due to Patron-Client relationships and obstacles in marketing activities related to poor road infrastructure. This study aims to analyze how marketing channels and value added occur in each chain node and its effect on the benefits obtained. The method of data collection is done by in-depth interviews with each marketing agent and related institutions in Indramayu Regency. Data were analyzed qualitatively descriptive and spatial analysis. The results of this study are regions that have a low patron client relationship bring more marketing variations, namely 4 marketing chains and higher profits compared to areas with low client patrons. The longest chain is formed from marketing outside the production area and the shortest chain of marketing in the production area. The farther the market location and the length of the

chain, the lower the profit received and the higher the selling price.