

**SISTEM PEMASARAN KERANG HIJAU (*Perna viridis*) DI DESA
TIMBULSLOKO, KECAMATAN SAYUNG, KABUPATEN
DEMAK**

S K R I P S I

**Oleh:
SANTHI MUHAIMINA AZMA
26020118120013**



**DEPARTEMEN AKUAKULTUR
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**

**SISTEM PEMASARAN KERANG HIJAU (*Perna viridis*) DI DESA
TIMBULSLOKO, KECAMATAN SAYUNG, KABUPATEN
DEMAK**

**Oleh:
SANTHI MUHAIMINA AZMA
26020118120013**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Derajat Sarjana S1 pada Departemen Akuakultur
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Diponegoro

**DEPARTEMEN AKUAKULTUR
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Sistem Pemasaran Kerang Hijau (*Perna viridis*)
di Desa Timbulsloko, Kecamatan Sayung,
Kabupaten Demak
Nama Mahasiswa : Santhi Muhaimina Azma
Nomor Induk Mahasiswa : 26020118120013
Departemen/Program Studi : Akuakultur/S-1 Akuakultur

Mengesahkan,

Pembimbing Utama



Tita Elfitasari, S.Pi., M.Sc., Ph.D.
NIP. 19720710 199703 2 002

Pembimbing Anggota



Prof. Dr. Ir. Sri Rejeki, M.Sc.
NIP. 19560307 198303 2 001

Dekan
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Diponegoro



Prof. Dr. Ir. Winarni Agustini, M.Sc., Ph.D.
NIP. 19650821 199001 2 001

Ketua
Departemen Akuakultur



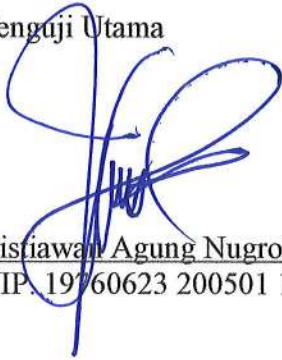
Dr. Ir. Desrina, M.Sc.
NIP. 19651215 199003 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Sistem Pemasaran Kerang Hijau (*Perna viridis*)
di Desa Timbulsloko, Kecamatan Sayung,
Kabupaten Demak
Nama Mahasiswa : Santhi Muhaimina Azma
Nomor Induk Mahasiswa : 26020118120013
Departemen/Program Studi : Akuakultur/S-1 Akuakultur

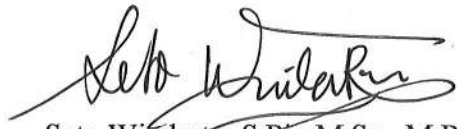
Skripsi ini telah disidangkan dihadapan Tim Penguji pada:
Hari/tanggal : Rabu, 14 September 2022
Tempat : Ruang Meeting Gedung C Lantai 2 (214)

Penguji Utama



Ristiawan Agung Nugroho, S.Pi., M.Si.
NIP. 19760623 200501 1 003

Penguji Anggota



Seto Windarto, S.Pi., M.Sc., M.P.
NIP. H.7. 19920518 201807 1 001

Pembimbing Utama



Tita Elfitasari, S.Pi., M.Sc., Ph.D.
NIP. 19720710 199703 2 002

Pembimbing Anggota



Prof. Dr. Ir. Sri Rejeki, M.Sc.
NIP. 19560307 198303 2 001

Ketua
Departemen Akuakultur



Dr. Ir. Desrina, M.Sc.
NIP. 19651215 199003 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini, saya Santhi Muhaimina Azma, menyatakan bahwa karya ilmiah/skripsi ini adalah asli karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan strata satu (S1) dari Universitas Diponegoro maupun perguruan tinggi lainnya.

Semua informasi yang dimuat dalam karya ilmiah/skripsi ini yang berasal dari karya orang lain, baik yang telah dipublikasikan atau tidak, telah diberikan penghargaan dengan mengutip nama sumber penulis secara benar dan semua isi dari karya ilmiah/skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Semarang, September 2022

Penulis,



Santhi Muhaimina Azma
NIM. 26020118120013

RINGKASAN

Santhi Muhaimina Azma. 26020118120013. Sistem Pemasaran Kerang Hijau (*Perna viridis*) di Desa Timbulsloko, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak (**Tita Elfitasari dan Sri Rejeki**)

Desa Timbulsloko merupakan bagian Pantai Utara Jawa yang masuk dalam administrasi pesisir Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. Budidaya dan penangkapan kerang hijau sebagai sumber daya laut dapat diandalkan untuk pengembangan perekonomian dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan dengan tujuan menyalurkan produk dari produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila barang atau produk yang dijual dari produsen dapat tersampaikan kepada konsumen dengan harga yang serendah-rendahnya. Kondisi harga yang berfluktuasi dan musim yang tidak menentu menyebabkan ketidakpastian pendapatan yang diperoleh produsen dan lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji sistem pemasaran kerang hijau (*Perna viridis*) di Desa Timbulsloko, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis deskriptif. Responden dalam penelitian ini yaitu 8 orang yang terdiri atas 2 orang pembudidaya, 3 orang penangkap kerang hijau, 2 orang tengkulak, dan 1 orang sebagai informan. Kriteria dalam pemilihan responden menggunakan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Timbulsloko, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak dapat diperoleh kesimpulan yaitu harga jual kerang hijau dari produsen antara Rp 4.500-20.000/kg, dari tengkulak sebesar Rp 7.000/kg dan harga jual tertinggi di Super Indo sebesar Rp 58.950/kg. Produsen melakukan promosi kerang hijau secara *online* melalui media sosial dan secara *offline* dari mulut ke mulut. Saluran pemasaran paling pendek yaitu pada Alur I, sedangkan Alur II dan III termasuk saluran distribusi dua tingkat. Jangkauan pemasaran penjualan kerang hijau dari produsen langsung ke konsumen dan tengkulak, dari tengkulak penjualan sampai ke Pasar Kobong dan Pasar Sayung kemudian ke konsumen. Saluran pemasaran pada Alur I memiliki margin pemasaran = 0, Alur II total margin pemasaran tertinggi pada saluran 2 sebesar Rp 7.000/kg, dan Alur III pada saluran 1 sebesar Rp 6.500/kg. Pengolahan kerang hijau berkaitan dengan kebersihan dan inovasi produk. Kerang hijau dibersihkan dari kotoran dan dibilas dengan air asin atau air tawar. Inovasi produk dilakukan dengan pengolahan sederhana yaitu kerang hijau direbus dan diambil daging kerangnya kemudian dijual.

Kata kunci: Kerang hijau, sistem pemasaran, harga, promosi, saluran pemasaran, pengolahan

SUMMARY

Santhi Muhaimina Azma. 26020118120013. Green Mussel Marketing System (*Perna viridis*) in Timbulsloko Village, Sayung District, Demak Regency (Tita Elfitasari and Sri Rejeki)

Timbulsloko Village is part of the North Coast of Java which is included in the coastal administration of Sayung District, Demak Regency. Cultivation and catching of green mussels as a marine resource can be relied on for economic development and increasing people's income. Marketing is one of the activities with the aim of distributing products from producers to the hands of final consumers. Marketing can be said to be efficient if the goods or products sold from producers can be delivered to consumers at the lowest possible price. Fluctuating price conditions and uncertain seasons cause uncertainty in the income earned by producers and marketing agencies involved in it.

*The purpose of this study was to examine the marketing system of green mussels (*Perna viridis*) in Timbulsloko Village, Sayung District, Demak Regency. The type of research used is qualitative research. Data analysis in this study using descriptive analysis. Respondents in this study were 8 people consisting of 2 cultivators, 3 green mussel catchers, 2 middlemen, and 1 person as an informant. The criteria for selecting respondents used a purposive sampling technique.*

Based on the results of research that has been carried out in Timbulsloko Village, Sayung District, Demak Regency, it can be concluded that the selling price of green mussels from producers is between of IDR 4.500-20.000/kg, from middlemen of IDR 7.000/kg and the highest selling price in Super Indo is IDR 58.950/kg. Producers promote green mussels online through social media and offline by word of mouth. The shortest marketing channel is in Flow I, while Flow II and III include two-level distribution channels. The marketing reach of green mussel sales from producers directly to consumers and middlemen, from sales middlemen to Kobong Market and Sayung Market then to consumers. The marketing channel in Flow I has marketing margin = 0, Flow II has the highest total marketing margin on channel 2 of IDR 7.000/kg, and Flow III on channel 1 of IDR 6.500/kg. Green mussel processing is related to cleanliness and product innovation. Green mussels are cleaned of dirt and rinsed with salt water or freshwater. Product innovation is carried out by simple processing, namely boiled green mussels and the shells are taken and then sold.

Keywords: *Green mussel, marketing system, price, promotion, marketing channel, processing*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Penulis diberi kelancaran sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang berjudul “Sistem Pemasaran Kerang Hijau (*Perna viridis*) di Desa Timbulsloko, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Diponegoro.

Selama penulisan Skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tita Elfitasari, S.Pi., M.Sc., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I dan Prof. Dr. Ir. Sri Rejeki, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan dan saran yang telah diberikan.
2. Ristiawan Agung Nugroho, S.Pi., M.Si. atas segala bimbingan dan saran yang telah diberikan.
3. Dr. Ir. Desrina, M.Sc. selaku Ketua Departemen Akuakultur FPIK, Universitas Diponegoro.
4. Project MuMaCo selaku penyandang dana kegiatan yang berkontribusi dalam pembiayaan serta sarana dan prasarana dalam proses penelitian.
5. Bapak Sairi dan warga Desa Timbulsloko yang telah membantu selama penelitian.
6. Kedua orang tua dan teman-teman yang selalu memberikan semangat serta dukungan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, maka dari itu penulis mengharap kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga menjadi lebih baik lagi di masa yang akan datang.

Semarang, September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Waktu dan Tempat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kerang Hijau (<i>Perna viridis</i>)	8
2.1.1. Klasifikasi Kerang Hijau.....	8
2.1.2. Morfologi dan Anatomi Kerang Hijau	8
2.1.3. Habitat Kerang Hijau	10
2.1.4. Musim Kerang Hijau.....	10
2.1.5. Budidaya dan Penangkapan Kerang Hijau.....	11
2.2. Pemasaran	12
2.2.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran	14
2.2.2. Harga.....	15
2.2.3. Promosi	16
2.2.4. Saluran, Jangkauan, dan Margin Pemasaran.....	16
2.2.4.1. Saluran Pemasaran	16
2.2.4.2. Jangkauan Pemasaran	18
2.2.4.3. Margin Pemasaran	18
2.2.5. Pengolahan.....	19
2.2.5.1. Kebersihan Produk.....	20
2.2.5.2. Inovasi Produk	20
2.3. Potensi Wilayah Desa Timbulsloko, Kecamatan Sayung.....	21
2.4. Prosedur Penelitian Kualitatif.....	22
2.4.1. Penyusunan Daftar Pertanyaan	22
2.4.2. <i>Informed Consent</i>	23
2.4.3. Wawancara.....	23

2.4.4.	Observasi.....	24
2.4.5.	Survei Harga	24
III.	METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1.	Materi Penelitian.....	25
3.1.1.	Alat.....	25
3.1.2.	Responden.....	25
3.1.3.	Lokasi Penelitian.....	27
3.1.4.	Pelaksanaan Penelitian.....	28
3.2.	Metode Penelitian	28
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.	Sumber Data Penelitian	30
3.5.	Prosedur Penelitian	30
3.5.1.	Penyusunan Daftar Pertanyaan	30
3.5.2.	<i>Informed Consent</i>	31
3.5.3.	Wawancara.....	31
3.5.4.	Observasi.....	31
3.5.5.	Survei Harga	31
3.6.	Analisis Data.....	32
3.6.1.	<i>Verbatim</i> Wawancara.....	33
3.6.2.	Keabsahan Data.....	34
3.6.3.	Margin Pemasaran	36
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1.	Hasil	37
4.1.1.	Harga Jual Kerang Hijau.....	37
4.1.2.	Promosi Kerang Hijau.....	42
4.1.3.	Saluran, Jangkauan, dan Margin Pemasaran Kerang Hijau	44
4.1.3.1.	Saluran Pemasaran	44
4.1.3.2.	Jangkauan Pemasaran	48
4.1.3.3.	Margin Pemasaran	49
4.1.4.	Pengolahan Kerang Hijau	51
4.1.4.1.	Kebersihan Produk.....	51
4.1.4.2.	Inovasi Produk	53
4.2.	Pembahasan	55
4.2.1.	Harga Jual Kerang Hijau.....	55
4.2.2.	Promosi Kerang Hijau.....	61
4.2.3.	Saluran, Jangkauan, dan Margin Pemasaran Kerang Hijau	66
4.2.3.1.	Saluran Pemasaran	66
4.2.3.2.	Jangkauan Pemasaran	67
4.2.3.3.	Margin Pemasaran	68
4.2.4.	Pengolahan Kerang Hijau	70
4.2.4.1.	Kebersihan Produk.....	70
4.2.4.2.	Inovasi Produk	73

V. KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	91
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Skema rumusan masalah.....	6
Gambar 2. Cangkang kerang hijau (kiri) dan anatomi organ dalam (kanan).....	9
Gambar 3. Bagian-bagian cangkang kerang hijau	9
Gambar 4. Lokasi penelitian.....	27
Gambar 5. Harga jual kerang hijau di produsen (pembudidaya dan penangkap).....	37
Gambar 6. Harga jual kerang hijau di tengkulak	39
Gambar 7. Survei harga kerang hijau.....	40
Gambar 8. Hasil survei produk kerang hijau	41
Gambar 9. Promosi kerang hijau.....	42
Gambar 10. Saluran pemasaran kerang hijau dari produsen.....	44
Gambar 11. Saluran pemasaran kerang hijau dari tengkulak.....	45
Gambar 12. Jangkauan pemasaran kerang hijau dari produsen	48
Gambar 13. Jangkauan pemasaran kerang hijau dari tengkulak.....	49
Gambar 14. Kebersihan produk kerang hijau	51
Gambar 15. Inovasi produk kerang hijau.....	53
Gambar 16. Tempat penampungan sementara produk perikanan di tengkulak.....	54
Gambar 17. <i>Informed consent</i> responden 1	93
Gambar 18. <i>Informed consent</i> responden 2	94
Gambar 19. <i>Informed consent</i> responden 3	95
Gambar 20. <i>Informed consent</i> responden 4	96

Gambar 21. <i>Informed consent</i> responden 5	97
Gambar 22. <i>Informed consent</i> responden 6	98
Gambar 23. <i>Informed consent</i> responden 7	99
Gambar 24. <i>Informed consent</i> responden informan.....	100
Gambar 25. Dokumentasi wawancara	111

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Margin pemasaran kerang hijau.....	50
Tabel 2. Pelaksanaan penelitian dengan responden	91

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pelaksanaan Penelitian	91
Lampiran 2. <i>Informed Consent</i>	93
Lampiran 3. <i>Verbatim</i> Hasil Wawancara dengan Responden 1	101
Lampiran 4. <i>Verbatim</i> Hasil Wawancara dengan Responden 2	102
Lampiran 5. <i>Verbatim</i> Hasil Wawancara dengan Responden 3	103
Lampiran 6. <i>Verbatim</i> Hasil Wawancara dengan Responden 4	105
Lampiran 7. <i>Verbatim</i> Hasil Wawancara dengan Responden 5	106
Lampiran 8. <i>Verbatim</i> Hasil Wawancara dengan Responden 6	107
Lampiran 9. <i>Verbatim</i> Hasil Wawancara dengan Responden 7	108
Lampiran 10. <i>Verbatim</i> Hasil Wawancara dengan Responden Informan	109
Lampiran 11. Perhitungan Margin Pemasaran	110
Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian	111