

**ANALISIS POLA DISTRIBUSI PEMASARAN RAJUNGAN
(*Portunus pelagicus*) DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

ANIS KURNIAWATI

26030117120026



**PROGRAM STUDI PERIKANAN TANGKAP
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024

**ANALISIS POLA DISTRIBUSI PEMASARAN RAJUNGAN
(*Portunus pelagicus*) DI KOTA SEMARANG**

**ANIS KURNIAWATI
26030117120026**

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

**PROGRAM STUDI PERIKANAN TANGKAP
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pola Distribusi Pemasaran Rajungan
(*Portunus pelagicus*) di Kota Semarang
Nama Mahasiswa : Anis Kurniawati
Nomor Induk Mahasiswa : 26030117120026
Departemen/Program Studi : Perikanan Tangkap/ S1 Perikanan Tangkap

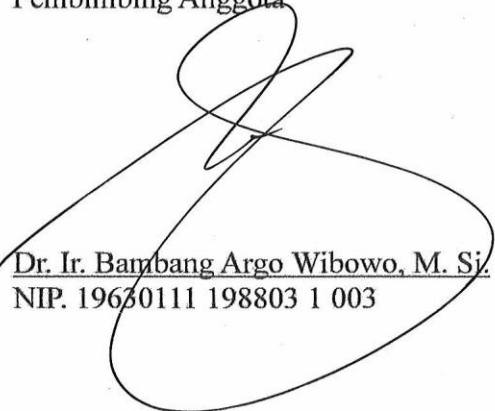
Mengesahkan,

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota



Prof. Dr. Dian Wijayanto, S.Pi., M.M., M.S.E.
NIP. 19751227 200604 1 002



Dr. Ir. Bambang Argo Wibowo, M. Si.
NIP. 19630111 198803 1 003

Dekan,

Ketua

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Diponegoro

Departemen Perikanan Tangkap



Prof. Ir. Tri Winarni Agustini, M.Sc., Ph. D.
NIP. 19630821 199001 2 001



Prof. Dr. Dian Wijayanto, S.Pi., M.M., M.S.E.
NIP. 19751227 200604 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

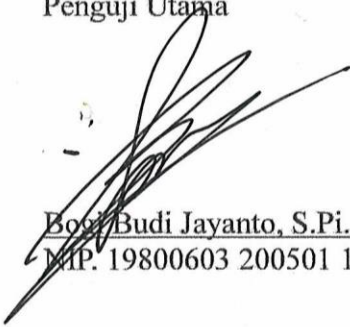
Judul Skripsi : Analisis Pola Distribusi Pemasaran Rajungan
(*Portunus pelagicus*) di Kota Semarang
Nama Mahasiswa : Anis Kurniawati
Nomor Induk Mahasiswa : 26030117120026
Departemen/Program Studi : Perikanan Tangkap/ S1 Perikanan Tangkap

Skripsi ini telah disidangkan di hadapan Tim Penguji pada:

Hari, Tanggal : Jum'at, 31 Mei 2024

Tempat : C120 Gedung C FPIK UNDIP

Penguji Utama



Budi Jayanto, S.Pi., M. Si.
NIP. 19800603 200501 1 002

Penguji Anggota



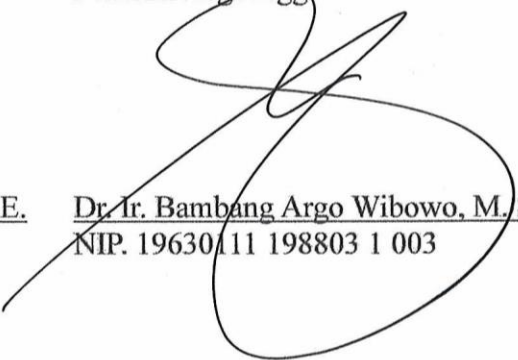
Hendrik Anggi Setyawan, S.Pi., M.Si
NIP. 19910820 201803 1 001

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Dian Wijayanto S.Pi., M.M., M.S.E.
NIP. 19751227 200604 1 002

Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Bambang Argo Wibowo, M. Si.
NIP. 19630111 198803 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya, Anis Kurniawati, menyatakan bahwa karya ilmiah/skripsi yang berjudul Analisis Pola Distribusi Pemasaran Rajungan (*Portunus pelagicus*) di Kota Semarang adalah asli karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai memenuhi 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 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, Mei 2024

Penulis,



Anis Kurniawati

26030117120026

ABSTRAK

(Anis Kurniawati. 26030117120026. Analisis Pola Distribusi Pemasaran Rajungan (*Portunus pelagicus*) di Kota Semarang. Dian Wijayanto dan Bambang Argo Wibowo).

Kota Semarang merupakan salah satu wilayah pantai Utara Jawa yang memiliki potensi perikanan. Rajungan (*Portunus pelagicus*) adalah salah satu hasil perikanan tangkap yang ada di Kota Semarang. Rajungan ditangkap menggunakan alat tangkap bubu atau jebak. Jumlah konsumsi rajungan di Kota Semarang cukup tinggi yang didistribusikan oleh nelayan, pedagang sedang, pedagang pengepul, pedagang kecil kemudian sampai ke konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran distribusi pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran rajungan di Kota Semarang. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan *purposive sampling* dengan pengambilan sampel sebanyak 65 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis usaha pelaku pemasaran, distribusi pemasaran, margin pemasaran, serta efisiensi pemasaran pada rajungan. Hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diketahui ada empat saluran distribusi pemasaran yaitu saluran 1 terdiri dari nelayan, pedagang kecil dan konsumen. Saluran pemasaran 2 terdiri dari nelayan, pedagang sedang dan konsumen luar kota. saluran pemasaran 3 terdiri dari nelayan, pedagang sedang, pedagang kecil dan konsumen. Saluran pemasaran 4 terdiri dari nelayan, pedagang pengepul dan pedagang besar luar kota. Margin pemasaran saluran 1 yang dihasilkan yaitu pada nelayan sebesar 39.152 rupiah sedangkan pedagang kecil 21.770 rupiah dengan total margin pemasaran 60.922 rupiah dan presentase 95%. Nilai margin pemasaran saluran 2 pada nelayan sebesar 39.152 rupiah, sedangkan pedagang sedang sebesar 25.659 rupiah dengan total margin pemasaran 64.811 rupiah dan presentase 95%. Nilai margin pemasaran saluran 3 pada nelayan sebesar 39.152 rupiah, pedagang sedang sebesar 25.659 rupiah, sedangkan pedagang kecil sebesar 6.667 rupiah dengan total margin pemasaran 71.478 rupiah dan presentase 95%. Nilai margin pemasaran saluran 4 pada nelayan sebesar 39.152 rupiah, sedangkan pedagang pengepul sebesar 37.326 rupiah dengan total margin pemasaran 76.478 rupiah dan presentase 96%. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran 1 sebesar 0,01. Saluran 2 terdiri dari nelayan, pedagang sedang kemudian konsumen. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran 2 sebesar 0,25. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran 3 terdiri dari nelayan, pedagang sedang, pedagang kecil kemudian konsumen. Efisiensi pemasaran pada saluran 3 pada pedagang sedang sebesar 0,25 dan pedagang kecil sebesar 0,01. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran 4 terdiri dari nelayan, pedagang sedang dan pedagang besar luar kota. Nilai efisiensi pemasaran pedagang sedang sebesar 0,02. Nilai efisiensi pemasaran tersebut di kategorikan efektif karena nilai $E < 1$.

Kata kunci: Saluran distribusi, Efisiensi Pemasaran, Margin Pemasaran, Rajungan.

ABSTRACT

(Anis Kurniawati. 26030117120026. Analysis of Marketing Distribution Patterns of Crab (*Portunus pelagicus*) in Semarang City. Dian Wijayanto dan Bambang Argo Wibowo).

Semarang City is one of the northern coastal areas of Java that has fisheries potential. Crab (*Portunus pelagicus*) is one of the fishing products in Koya Semarang. Crab crabs are caught using traps or traps. The amount of crab consumed in Semarang City is quite high, which is distributed by fishermen, medium traders, collectors, small traders and then reaches consumers. This research aims to analyze marketing distribution channels, marketing margins and marketing efficiency of chopped meat in Semarang City. The method used in this research is descriptive and purposive sampling method with a sample of 65 respondents. The analytical methods used are marketing efforts, marketing distribution, marketing margins, and marketing efficiency for crabs. The results of the research that has been carried out show that there are four marketing distribution channels, namely channel 1 consisting of fishermen, small traders and consumers. Marketing channel 2 consists of fishermen, medium traders and out-of-town consumers. Marketing channel 3 consists of fishermen, medium traders, small traders and consumers. Marketing channel 4 consists of fishermen, collectors and wholesalers outside the city. The resulting channel 1 marketing margin is 39,152 rupiah for fishermen while for small traders 21,770 rupiah with a total marketing margin of 60,922 rupiah and a percentage of 95%. The marketing margin value for channel 2 for fishermen is 39,152 rupiah, while for medium traders it is 25,659 rupiah with a total marketing margin of 64,811 rupiah and a percentage of 95%. The marketing margin value for channel 3 for fishermen is 39,152 rupiah, medium traders are 25,659 rupiah, while small traders are 6,667 rupiah with a total marketing margin of 71,478 rupiah and a percentage of 95%. The marketing margin value of channel 4 for fishermen is 39,152 rupiah, while for collecting traders it is 37,326 rupiah with a total marketing margin of 76,478 rupiah and a percentage of 96%. The marketing efficiency value on channel 1 is 0,01. The channel 2 consists of fishermen, traders and then consumers. The marketing efficiency value in channel 2 is 0,25. The marketing efficiency value in channel 3 consists of fishermen, medium traders, small traders and then consumers. Marketing efficiency in channel 3 for medium traders is 0,25 and small traders is 0,01. Marketing efficiency in channel 4 consists of fishermen, medium traders and large traders outside the city. The marketing efficiency value of medium traders is 0,02. The marketing efficiency value is categorized as effective because the E value <1.

Keywords: Distribution channels, Marketing Efficiency, Marketing Margin, Crab.

KATA PENGANTAR

Penelitian dengan judul “**Analisis Pola Distribusi Pemasaran Rajungan (*Portunus pelagicus*) di Kota Semarang**” bertujuan untuk mengetahui bentuk pemasaran dan menganalisis usaha pelaku pemasaran, nilai margin pemasaran, distribusi pemasaran dan efisiensi pemasaran di Kota Semarang. Metode yang digunakan untuk penelitian adalah metode *purposive sampling*. Penelitian yang akan dilaksanakan membahas tentang bagaimana bentuk pemasaran rajungan (*Portunus pelagicus*), distribusi, efisiensi pemasaran dan kelayan usaha pelaku pemasaran rajungan (*Portunus pelagicus*) di Kota Semarang.

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah bekerja sama dalam rangkaian kegiatan penelitian ini hingga kegiatan penelitian ini selesai.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya ilmiah/skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran untuk menyempurnakan karya ilmiah/skripsi ini sangat diharapkan. Semoga karya ilmiah/skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Waktu dan Tempat Penelitian	3
1.6. Skema Penelitian.....	4
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Pemasaran	5
2.2. Pelaku Pemasaran	5
2.3. Pendapatan.....	6
2.4. Biaya.....	7
2.5. Keuntungan.....	7
2.6. Distribusi Pemasaran	8
2.7. Pola Distribusi Pemasaran	9
2.8. Margin Pemasaran	9
2.9. Efisiensi Pemasaran	10
2.10. Alat Tangkap Bubu Lipat	11
2.11. Studi Pendahulu.....	12

3. MATERI DAN METODE.....	13
3.1. Materi	13
3.2. Metode	13
3.3. Metode Analisis Data	15
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1. Biologi Rajungan (<i>Portunus pelagicus</i>)	17
4.2. Kondisi Umum Kota Semarang.....	18
4.3. Kondisi Perikanan	19
4.4. Karakteristik Nelayan	26
4.5. Aspek Ekonomi	30
4.6. Aspek Pemasaran.....	38
5. KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1. Kesimpulan.....	41
5.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR TABEL

1.	Materi Penelitian	13
2.	Produksi dan Nilai Produksi di Kota Semarang	19
3.	Produksi dan Nilai Produksi Rajungan di Kota Semarang.....	22
4.	Jumlah armada Penangkapan di Kota Semarang.....	23
5.	Jumlah dan Jenis Alat Tangkap di Kota Semarang	24
6.	Jumlah Nelayan di Kota Semarang.....	25
7.	Sebaran Umur Pelaku Pemasaran Rajungan di Kota Semarang.....	27
8.	Tingkat Pendidikan.....	28
9.	Pengalaman Usaha.....	29
10.	Jumlah Proporsi Tangkapan Rajungan di Kota Semarang	30
11.	Analisis Usaha Nelayan Rajungan di Kota Semarang.....	31
12.	Analisis Usaha Pedagang Sedang Rajungan di Kota Semarang.....	33
13.	Analisis Usaha Pedagang Pengepul Rajungan di Kota Semarang.....	35
14.	Analisis Usaha Pedagang Kecil di Kota Semarang	37
15.	Hasil Perhitungan Margin Pemasaran Rajungan di Kota Semarang	38
16.	Hasil Perhitungan Efisiensi Pemasaran Rajungan di Kota Semarang	40

DAFTAR GAMBAR

1. Skema Penelitian	5
2. Grafik Jumlah Produksi di Kota Semarang	20
3. Grafik Nilai Produksi di Kota Semarang	21
4. Grafik Armada Penangkapan Ikan di Kota Semarang	23
5. Grafik Jumlah Nelayan di Kota Semarang	25

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Peta Lokasi Penelitian.....	46
2.	Kuisisioner Penelitian.....	47
3.	Desain Alat Tangkap Bubu Lipat	50
4.	Karakteristik Nelayan	51
5.	Perhitungan.....	53
6.	Dokumentasi	59